

PREFERENCIAS TELEVISIVAS DEL ADULTO MAYOR EN BUCARAMANGA EN
LOS CANALES CARACOL, RCN Y CANAL REGIONAL TRO

SANDRA MARCELA FUENTES GONZÁLEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
BUCARAMANGA
2012

PREFERENCIAS TELEVISIVAS DEL ADULTO MAYOR EN BUCARAMANGA EN
LOS CANALES CARACOL, RCN Y CANAL REGIONAL TRO

AUTOR:

SANDRA MARCELA FUENTES GONZÁLEZ

MODALIDAD PROYECTO DE GRADO

DIRECTOR DEL PROYECTO:

Fidel Eduardo Sánchez Rincón

Realizador de Cine y TV

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
BUCARAMANGA
2012

Nota de aceptación

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for a signature or stamp.

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, 14 de Agosto del 2012

Gracias Dios por enseñarme que con esfuerzo, dedicación y fuerza se logran los
sueños.

Agradecimientos:

La autora ofrece sus agradecimientos a:

Giovanny Bohórquez Pereira

Docente - Director Semillero de Investigación Uwa Werjayá

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Agradezco el apoyo y la formación investigativa

Fidel Eduardo Sánchez Rincón

Docente – Realizador de Cine y TV

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Agradezco el seguimiento y dirección

CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	12
2. OBJETIVOS	16
2.1 Objetivo General	16
2.2 Objetivos específicos	16
3. MARCO TEÓRICO	17
3.1 Marco Conceptual	24
3.2 Estado de cuestión	31
4. METODOLOGÍA	35
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
7. BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXOS	73

LISTADO DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Relación de los instrumentos con los objetivos específicos	42
Tabla 2. Perfiles de los personajes entrevistados	44
Tabla 3. Resultados de las entrevistas semi estructuradas	44
Tabla 4. Tendencia de los resultados obtenidos	67

LISTADO DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Medio de Comunicación preferido	58
Figura 2. Canal preferido	59
Figura 3. Programa preferido	59
Figura 4. Formato preferido	60
Figura 5. Consumo televisivo	61
Figura 6. Jornada	61
Figura 7. Horas consumidas diariamente	62
Figura 8. Programa más recordado	63
Figura 9. Sugerencia de contenidos	64
Figura 10. Nivel de aceptación	65
Figura 11. Programas para los adultos mayores	65
Figura 12. Cambios en la TV actual	66

LISTADO DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Matriz de los instrumentos aplicados	74
Anexo B. Continuación tablas de resultados	78
Anexo C. Fotografías instrumentos aplicados	80

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: PREFERENCIAS TELEVISIVAS DEL ADULTO MAYOR EN BUCARAMANGA EN LOS CANALES CARACOL, RCN Y CANAL REGIONAL TRO

AUTOR(ES): SANDRA MARCELA FUENTES GONZÁLEZ

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Fidel Eduardo Sánchez Rincón

RESUMEN

La televisión ha sido desde su nacimiento en 1954 la opción de entretenimiento de las audiencias de distintas edades, que han adaptado sus actividades diarias de acuerdo a su interés. No obstante el objetivo de estudiar a la audiencia puede considerarse una investigación más profunda pues el hecho de que sean activos y con un gran poder de decisión hace que las empresas dedicadas a la generación de contenidos contraten a grandes investigadores para tratar de comprender el gusto e interés que los hacen consumir un producto audiovisual. Las preferencias televisivas del adulto mayor en Bucaramanga en los canales Caracol, RCN y TRO, pretendieron determinar las principales motivaciones de la tercera edad Bucanguesa al consumir televisión cuestionando horarios, jornadas, horas consumidas, criterio al ver televisión, formato predilecto entre otros aspectos. La metodología del proyecto consistió en un enfoque cualitativo cuyo tipo de investigación fue descriptivo – exploratorio ya que permitió identificar el por qué, para qué y qué programación televisiva es la que este grupo poblacional está consumiendo, además buscó las características y perfiles de los adultos mayores. Para ello se realizó un diseño metodológico con seis fases. En cuanto a los principales resultados arrojados por los instrumentos de recolección de datos seleccionados: cuestionario y entrevista semi estructurada, se ratificó que la televisión continua siendo el medio preferido, el formato de mayor consumo es el noticiero, el horario en la que más consumen televisión es en la noche. No obstante estos resultados también confrontaron la televisión que se está haciendo actualmente con la que la tercera edad prefiere ver, pues los temas violentos son el principal impedimento para elegir un programa televisivo. Estos resultados podrían ser utilizados por realizadores, productores cuyo enfoque sea la producción audiovisual para la construcción e inclusión de programas dedicados al adulto mayor.

PALABRAS CLAVES:

audiencia, canal regional, envejecimiento, preferencia, televisión privada, tercera edad.

Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: TELEVISION PREFERENCES OF OLDER ADULTS IN BUCARAMANGA IN CHANNEL CARACOL, RCN AND CHANNEL REGIONAL TRO

AUTHOR(S): SANDRA MARCELA FUENTES GONZÁLEZ

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ RINCÓN

ABSTRACT

Television has been since its birth in 1954 the option of entertaining audiences of all ages, who have adapted their daily activities according to their interest. However in order to study the hearing may be considered for further investigation that are active and a great decision means that companies involved in content generation hire great researchers to try to understand the taste and interest that make them audiovisual consuming a product. Television preferences of older adults in Bucaramanga channel Caracol, RCN and TRO, tried to identify the main motivations for the elderly to consume television Bumanguesa challenging times, days, hours spent, criterion to watch TV, favorite format among others. The project methodology consisted of a qualitative approach which type of research was descriptive - exploratory and which identified the why, what and what television programming is that this population is consuming, also sought the features and profiles of the elderly. This study design was conducted with six phases. As for the main results of the data collection instruments selected questionnaire and semi structured interview, it was confirmed that television remains the preferred medium, the format is the most consumed news, schedule on television consume more is at night. However these results also confronted television that is currently being done with the elderly prefer to see, because the violent themes are the main impediment to choose a television program. These results could be used by filmmakers, producers that focuses on audiovisual production for construction and inclusion of programs dedicated to the elderly.

KEYWORDS:

audience, regional channel, aging, preference, private television, the elderly

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación han generado gran impacto en la sociedad, sin embargo, pese a que la televisión ha sido después de la Internet el más reciente de estos, es sin duda la que ha generado mayor cantidad de investigaciones.

Gran parte de las investigaciones se centran en los efectos de la televisión producidos por la llamada “cajita mágica”, precisamente porque algunos géneros han sido contruidos desde el inicio para la formación y entretenimiento de la audiencia, siendo este el más preferido por millones de consumidores televisivos.

La televisión desde su inicio en 1.954, ha sido la opción de entretenimiento de las audiencias de distintas edades (niños, jóvenes, adultos y tercera edad), que han adaptado sus actividades diarias de acuerdo a su interés en seguir la múltiple oferta de la programación, prueba de ellos es que en nuestra actualidad ya no es suficiente tener un solo aparato en casa, en los hogares se cuenta con más de un aparato televisivo.

No obstante, el estudio de la audiencia puede considerarse más profundo pues en un principio la audiencia era considerada pasiva razón por la cual no se le atribuía ninguna motivación al ver un programa televisivo, sin embargo el hecho de que sean activos y con un gran poder de decisión hace que las empresas dedicadas a la producción contraten a grandes investigadores para tratar de comprender el gusto e interés que los hacen preferir un producto audiovisual.

Los adultos mayores en nuestro país son un grupo poblacional que representaban el 8.7% en el 2010, es decir 3.060.449 personas hacen parte de la tercera edad

según el DANE¹. Lo anterior es pertinente indicarlo ya que según esta misma entidad para el 2.025 se prevé que la tercera edad sea la población que predomine en Colombia con un 18.5%, sin embargo las grandes cadenas televisivas Caracol y RCN, producen televisión juvenil siendo los adultos mayores olvidados por estos, así lo sustenta la periodista Judith Sarmiento al asegurar que “los medios están, en su gran mayoría, privilegiando la ecuación éxito = juventud.”²

En algunos países de Latinoamérica como Chile y Argentina los adultos mayores tienen una programación definida y son considerados los mayores consumidores de televisión, así lo definen estudios realizados por Valerio Fuenzalida. Aunque en nuestro país no se ha estudiado en este aspecto, ya que no se evidencian investigaciones donde el grupo poblacional sean los adultos mayores, es primordial emprender un nuevo estudio definiendo una audiencia tan variada y versátil como lo es la tercera edad.

De ahí la importancia de analizar las audiencias, sus dinámicas sociales y las preferencias televisivas, lo anterior se complementa con la afirmación de José Miguel Pereira, cuando asegura que “los procesos de interacción son significativos y comprometen el ámbito de la vida cotidiana, las dinámicas sociales y culturales, la esfera pública, las sensibilidades y las entidades colectivas. La investigación en comunicación se centra en estudiar los procesos de producción, circulación, intercambio, negociación y usos de formas simbólicas en la vida social.”³

Desde ese punto de vista es necesario estudiar las audiencias y las preferencias televisivas, pues los objetivos primordiales de evaluar las tendencias van

¹ Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Proyecciones . Fecha de Consulta: 03. de Agosto. Tomado de:

http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72.

² MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Periodismo y comunicación para todas las edades. Cepsiger. Bogotá. 2004. Pág 49.

³ PEREIRA. José Miguel. La comunicación un campo de conocimiento en construcción. Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia. Investigación y Desarrollo Vol13, N°2 (2005)

enfanzados en: buscar los perfiles que los definen, hallando la motivación y el interés de estos al visualizar un programa televisivo.

La televisión es percibida y entendida de manera diferente por cada individuo que hace parte de la audiencia, el interés de indagar acerca de las preferencias televisivas en el adulto mayor, es necesario ya que tal como lo aseguraba José Miguel Pereira las investigaciones no deben ser vistas como herramientas ya que constituyen un aporte fundamental a las dinámicas sociales y culturales.

Así mismo, “el principal objetivo de la medición de audiencia en televisión es conocer el número de individuos o personas que consumen sus productos. Interesa quién, durante cuánto tiempo, cuándo, y qué ve. De poco sirve saber que un determinado programa tenga dos millones de telespectadores si no conocemos sus características (edad, aficiones, profesiones, etc.).”⁴

El estudio de las preferencias televisivas en el adulto mayor, se justifica ya que es necesario entender a las audiencias como sujetos activos, así lo recalca Guillermo Orozco al exponer que “las audiencias no se deben ver como objetos, pues frente a la TV supone, en primer lugar, entenderla como un ente en situación y por tanto condicionado individual y colectivamente.”⁵

Es importante mencionar que a la televisión se le han asignado diversas características, entre tanto algunos recalcan que se debe a la formación de audiencias además de la información y el entretenimiento, principales funciones que generan en el imaginario social lo que es este medio de comunicación.

“La audiencia de los medios, en general, depende de los hábitos de los individuos: por ello es posible, a partir de un estudio de su comportamiento, efectuar

⁴ JAUSET. Jordi. La investigación de audiencias en Televisión: Fundamentos estadísticos. Editorial Paidós. Barcelona. 2000. Pág 223.

⁵ OROZCO. Guillermo. Televisión y audiencias, Un enfoque cualitativo. Universidad Iberoamericana. Ediciones de la torre. 1996.

predicciones.”⁶ Precisamente la audiencia busca identificar y traspasar la realidad social para conocer nuevas programaciones de acuerdo a sus gustos y su nivel de cultura que también determinará con qué juicio es valorada la televisión por el adulto mayor en Bucaramanga.

De acuerdo a lo anterior la pregunta problema que se formuló en esta investigación consistió en ¿Cuáles son las preferencias televisivas del adulto mayor en Bucaramanga en los canales Caracol, RCN y canal regional TRO?

⁶ Ibid Pág. 252

2. OBJETIVOS

- **2.1 GENERAL:**

- Determinar las preferencias televisivas del adulto mayor en Bucaramanga en los canales Caracol, RCN y canal regional TRO.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Establecer el consumo televisivo en los canales Caracol, RCN y canal regional TRO por los adultos mayores de Bucaramanga
- Identificar los formatos televisivos preferidos por los adultos mayores en Bucaramanga.
- Determinar las razones y motivaciones de los adultos mayores al ver televisión en los canales Caracol, RCN y canal regional TRO.
- Conocer el nivel de aceptación de los adultos mayores frente a los contenidos de la televisión.
- Determinar las sugerencias de los adultos mayores de Bucaramanga frente a la programación en los canales privados y regionales de Bucaramanga.

3. MARCO TEÓRICO

La imagen y su proyección ha sido un interés que se había explorado desde 1884 cuando Nipkow creó un dispositivo que poco después fue patentado por Paul Gottlieb, ese fue el primer intento de proyectar una imagen. Tiempo después en 1923 se creó el iconoscopio un invento que se aproximaba más a lo que hoy conocemos para visualizar imágenes, sin embargo el invento que revolucionaría con su tecnología fue creado hasta 1926 cuando se culminó la Primera Guerra Mundial, en este invento realizado por John Logie Baird se pudo desarrollar lo que hoy conocemos como televisión.

Cabe resaltar que la primera proyección fue llevada a cabo en 1927 con la cadena británica BBC una agencia de noticias, después en 1930 se realizaron otras proyecciones en distintos países como EEUU.

La televisión fue quizás el medio de comunicación que cautivó a la audiencia no sólo por su contenido sino porque con sonidos e imágenes se lograba transmitir un mensaje, las empresas productoras empezaron a realizar producciones que se fueron extendiendo por todo el mundo.

Desde la llegada de la televisión en el siglo XX, América Latina ha tenido diversos cambios desde aspectos como: cultura, identidad, educación, política entre otros. Dicho medio de comunicación se ha visto involucrado en cada variación y ha sido utilizado para la divulgación de los mismos.

En Argentina la televisión llega en 1951 traída por el Presidente de entonces, Juan Domingo Perón e institucionalizada por él, algunos investigadores como Nora Mazziotti señalan que desde el inicio de este aparato se formaron los géneros y formatos que ayudarían a promulgar la identidad argentina. Además es pertinente

indicar que las personas dedicadas a la radio pasaron a formar parte del nuevo medio: actores, locutores, guionistas, técnicos, entre otros.

En Brasil la primer Televisión que se puso en marcha fue Tupi Difusora en 1.951, a cargo de Assis Chateaubriand principal dueño del mercado de las comunicaciones de este país, llegando a tener 36 emisoras, 34 periódicos y 18 canales de televisión. En los inicios la élite brasileña adopto al nuevo medio con una programación apta para un público exclusivo “pues pocas personas tenían acceso a un aparato televisivo, ya que el precio era equivalente a 6 salarios mínimos de un trabajador brasileño”⁷. Del mismo modo se contó con la asesoría de países como Estados Unidos quienes fueron implantando un modelo consumista y publicitario en cada producto audiovisual que se establecía.

En Chile se implementó un poco tarde al respecto de otros países, a finales de los 50 se instauró la televisión a cargo de dos universidades del país, pero sin duda el hecho que fortaleció este medio se dio en 1962 cuando se transmitió el Campeonato Mundial de Fútbol. A diferencia de otros países, en Chile no fueron empresas privadas ni grupos poderosos económicamente los que dieron surgimiento a este medio. “El hecho inicial que la Tv chilena fuese universitaria, la independizó en un cierto grado de una extrema politización partidaria, al menos en la época del Estado democrático de compromiso, y la independizó de la tensión por generar únicamente lucro comercial para sus operadores”⁸

En México la televisión surge el 31 de agosto de 1950, pero fue hasta el día siguiente cuando se dio la transmisión del entonces presidente Miguel Alemán Valdés, este hecho fue la unión de la política con los medios de comunicación, particularmente en este país surgieron empresas que monopolizaron la información, implementando en la audiencia gustos generados por ellos. “El que

⁷ OROZCO. Guillermo. Historia de la televisión en América Latina. Editorial Gedisa. Barcelona. 2002. Pág. 34

⁸ Ibid Pág. 166

los mexicanos se hayan hecho televidentes a la Televisa, ni duda cabe. El que esa condición haya marcado mucho y hasta haya definido el tipo de relación entre las teleaudiencias y el sistema de televisión, es un hecho con el cual hay que contar para entender por una parte, la pasividad y conformismo de un televidente al que por décadas y con el consentimiento del Estado no se le ofrecieron opciones televisivas reales.”⁹

En Venezuela la televisión surge en 1952 con la dictadura militar de Marco Pérez Jiménez, al igual que en otros países este medio se vio inmerso en la política, aunque un año después algunas empresas americanas llegaron a Venezuela para implementar una nueva forma de hacer televisión, utilizando la publicidad y el consumismo como el factor primordial de los programas emitidos.

Por otro lado en Colombia, país en el que nos centraremos, la historia de la televisión tiene algunas similitudes con la de diferentes países latinoamericanos, pues fue en 1954 cuando el General y presidente Gustavo Rojas Pinilla trajo dicho medio para articularlo en todas las regiones del país.

En un principio se insinuó que su característica fundamental debía ser con fines educativos y culturales así como con una programación apta para campesinos y agricultores, pues en esa época era la población con mayor demanda en Colombia. Las relaciones entre Estado y algunas empresas privadas solían ser equilibradas pues era evidente que al tener una televisión pensada con fines lucrativos está perdería su impacto educativo y cultural. Del mismo modo “la programación también segmentaría la audiencia y dividiría la sociedad.”¹⁰

La programación inicial contó con la adaptación de cuentos dando paso al teleteatro donde se evidenció la primera forma de identidad cultural, parrillas de programación enfatizadas en valores, tradiciones y religión.

⁹ Ibid. Pág. 205

¹⁰ Ibid. Pág 118.

Y es que el impacto de la televisión en Colombia fue de manera gradual pues no era pensada como “un fenómeno tecnológico o un hecho comunicativo, el que explica el desarrollo de la televisión”¹¹ ya que lo que se quería llevar a la pantalla consistía en incluir a los campesinos propios de cada región buscando: “masividad, mezcla, representación de los diversos estilos, interculturalidad, expresión social de los gustos, construcción de ficciones de la sociedad, pluralidad de géneros.”¹²

El anterior recorrido por la historia de la televisión en América Latina es pertinente indicarlo, ya que en los años 50 fue implementado este medio de comunicación en la mayoría de estos países, lo que ratifica que son los adultos mayores actuales los que vieron nacer, crecer y formar los contenidos televisivos en cada país.

En Colombia el nuevo medio mostraba las culturas populares, las expresiones, las caracterizaciones de toda la sociedad donde no se distinguían clases sociales, por eso la televisión empezó a tener un espacio en la familia donde muchos ciudadanos se sintieron identificados por lo proyectado en el aparato televisivo.

No obstante la presencia de este medio como un factor primordial en las familias ha preocupado a diversos investigadores, pues se han expuesto algunos efectos que puede generar en el hogar la incursión de la televisión. “Cuando la TV se convierte en un recurso frecuente para evitar o interrumpir la comunicación familiar, ello debe interpretarse como un síntoma de desequilibrio en el sistema familiar global y no como una conducta aislada. La TV está inserta de tal forma en la cotidianidad de la familia que se diluye entre las múltiples actividades, incluidas las conversaciones que allí se producen.”¹³

¹¹ Ibid. Pág. 120

¹² Ibid. Pág. 120

¹³ AGUADED. José Ignacio. Convivir con la televisión: Familia, Educación y Recepción Televisiva. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona. 1999. Pág. 33.

Además, otros factores influyen en la situación familiar y es precisamente la involucración de este medio de comunicación puede generar cambios en las conductas de los miembros de la familia ya que no todos perciben de la misma manera lo que están visualizando.

Así mismo se le otorga a las familias algunas necesidades que buscan satisfacer al momento de encender el aparato televisivo, entre las más destacadas se involucran algunos aspectos fundamentales como: diversión, relaciones personales, identidad personal, vigilancia.

Con base en lo anterior afirma Vilches que la televisión suele ser manejada para escapar de las realidades cotidianas que viven los miembros de la familia, ya que en algunas ocasiones se utiliza para tener un tema de conversación.

A través de este medio de comunicación se exhiben distintas programaciones aptas para todo tipo de público y se le atribuyen diversas características, además señalan autores como el planteado anteriormente Lorenzo Vilches que “la TV cumple un papel ideológico en cuanto sistema de representación de toda la realidad. Por ello, la televisión está llamada a complementar un vacío que la industria de la cultura no había aún integrado.”¹⁴

Precisamente es ese espectador el que define que desea ver y para qué lo desea ver, ya que en un principio se atribuía que la audiencia era pasiva frente a lo que el medio le ofrecía y se fundamentó un pensamiento que consistía en afirmar que las audiencias eran fácilmente manipuladas y controladas si se utilizaba al medio de comunicación para enviar mensajes con contenidos propagandísticos.

¹⁴VILCHES. Lorenzo. La televisión: los efectos del bien y del mal. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona. 1996. Pág. 91

Sin embargo, este planteamiento se ha desmentido con nuevas teorías que aseguran que es la audiencia la que cumple un papel activo y es la que elige su propia programación.

Nacería entonces una teoría conocida como Usos y Gratificaciones, sus principales exponentes fueron Lazarsfeld, Stanton y Herzog, quienes empezaron en la década de los 40 a fundamentar la investigación de comunicación de masas empírica, que se contraponía a las anteriores investigaciones para percibir a la audiencia como sujetos activos, revirtiendo la pregunta: ¿Qué hacen los medios con la gente? a la de ¿Qué hace la gente con los medios? ¹⁵, Ya que todas las audiencias cumplen diferentes necesidades y deben responder a estas (información, entretenimiento, cultura, educación, formación), los medios masivos de comunicación son utilizados para la satisfacción de dichas necesidades.

El inicio de esta teoría comunicativa se le atribuye a investigaciones realizadas por Herzog en los años cuarenta, cuando indagó acerca de por qué escuchaban radionovelas las amas de casa, ya que realizó un estudio en el que planteaba las gratificaciones que recibían las amas de casa al exponerse frente a la radio.

Dichas investigaciones realizadas debían ser de enfoque cualitativo para hallar en la audiencia características propias del ser en intimidad con el medio de comunicación, por tal motivo intentaron explorar las gratificaciones que recibían al escuchar radio, sin embargo los estudios realizados por Herzog, Lazarsfeld y Stanton¹⁶ no dieron como resultado un cuadro comparativo con las gratificaciones propias de la audiencia.

¹⁵ LOZANO – RENDÓN. José Carlos. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Editorial Alhambra. México. 1997. Pág. 183

¹⁶ MÉNENDEZ GÓMEZ.P.I. Capítulo 3 Teoría de los Usos y Gratificaciones. Revista para dar a conocer el instituto poblano de la mujer. Tesis licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Tomado de

La segunda investigación fue iniciada por: MacCoby, Schramm, Lyle y Parker y Himmelweit, Oppenheim y Vince, quienes indagaron la relación de los niños y los padres de familia frente a un medio de comunicación, lo anterior dio como resultado diferentes gratificaciones de los infantes al elegir un programa, además ratificó que la audiencia dependiendo de su entorno social, físico y psicológico tiene necesidades que desea satisfacer. Así también lo señalaron "MacQuail, Blumler y Brown ya que se refieren al uso de los medios como un proceso interactivo, que relaciona el contenido con las necesidades, percepciones, papeles y valores individuales, y con el contexto social en el que una persona está situada."¹⁷

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo3.pdf. Fecha de Consulta 3 de Agosto.

¹⁷ Ibid Pág 38

3.1 Marco Conceptual

Es pertinente indicar que las personas que consumen distintos programas emitidos por canales, suelen ser considerados como audiencia, según Valerio Fuenzalida quién define a las audiencias y aseguraba que son personas normales que atienden a un programa televisivo y que generalmente “entablan relaciones activas con textos o mensajes de comunicación, del mismo modo por recepción se entenderá el proceso o relación con las audiencias con canales y mensajes.”¹⁸

Sin embargo, la percepción de la audiencia sobre los contenidos televisivos depende de la edad, pues en cada etapa se interpreta de forma distinta el mensaje del medio audiovisual. La psicología receptiva también cumple un papel primordial en la forma de elegir la programación, pues diversos estudios y teorías han determinado el uso que el receptor le da al control remoto a la hora de elegir.

Es necesario indicar la preocupación de algunas empresas por entender las preferencias de la audiencia pues llegar a comprender a los televidentes representa la utilización de correctas parrillas de programación, evaluando lo que realmente quieren ver y la motivación que tienen al elegir determinado programa de televisión.

Desde este punto de vista se debe comprender las diferencias de las audiencias es decir, entender que no todas las personas perciben de la misma manera, pues en ocasiones depende del estrato socioeconómico, del sexo, de la edad, del nivel de escolaridad y de la evolución cognitiva del receptor.

¹⁸ FUENZALIDA. Valerio. Televisión abierta y audiencia en América Latina. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Editorial Norma. 2002. Pág. 40.

David Morley al igual que Fuenzalida define a la audiencia como personas que interpretan individualmente lo que les ofrece el medio de comunicación, así mismo advierte que “las lecturas individuales serán enmarcadas por formaciones y prácticas culturales compartidas que preexisten al individuo; las personas comprenden su situación y reaccionan ante ella en virtud del nivel de sociocultural y de sistemas de sentidos”¹⁹

La audiencia en ocasiones le exige al medio que es lo que desea ver y qué necesidad quiere satisfacer pues son los dueños del control remoto, por eso la preocupación de algunos investigadores radica en indagar acerca de lo que consumen las diversas audiencias, así mismo determinar la identificación cultural proyectada por el medio.

El televidente le asigna algunas funciones a la televisión y Vilches resalta algunas apreciaciones de su investigación señalando que en países como: Inglaterra, Suecia, Finlandia, Francia se le atribuye que este medio les proporcione diversión, relaciones personales, identidad personal, información, conocimiento, utilidad social. Por otro lado, en Estados Unidos se destacan funciones primordiales como: el utilitarismo, expresión de valores, defensa del yo, información. En Canadá se enfatizan la vigilancia y la relajación y en Israel se concluyó que la televisión servía para pasar el tiempo de ocio, saber lo que pasa en el mundo y tener contacto social.

En este punto se define el tipo de audiencia que se ha identificado en esta investigación, identificada como adulto mayor o de la tercera edad. En Colombia se define adulto mayor como: “aquella persona que cuenta con sesenta (60) años de edad o más. A criterio de los especialistas de los centros vida, una persona

¹⁹ MORLEY. David. Televisión audiencias y estudios culturales. Edición Amorrortu. Buenos Aires. 1996. Pág. 86.

podrá ser clasificada dentro de este rango, siendo menor de 60 años y mayor de 55, cuando sus condiciones de desgaste físico, vital y psicológico así lo determinen”²⁰

Son estas personas hoy las que vieron surgir la televisión entre sus hogares, son ellos los que construyeron el espacio para integrar al medio en su vida, los que fueron consumiendo distintas programaciones de acuerdo a sus preferencias, gustos, valores y sus intereses.

El adulto mayor posee unas características diferentes a las de los jóvenes pues debido a lo anterior, dicha audiencia percibe de manera diferente el modo de ver televisión.

Investigaciones realizadas por estudiosos como Kippax y Murray en 1997 quienes son citados por Vilches²¹, determinaron algunas características propias respecto al género y edad de la audiencia, arrojando resultados como que los programas de actualidad son vistos en su mayoría por los hombres de estrato socioeconómico alto su principal contenido es la información, los deportes y concursos, sin embargo las mujeres con un nivel más bajo en cuanto a estrato socioeconómico observan programas más populares.

Situación que aumenta en un grupo poblacional como la tercera edad ya que en la investigación se arrojó como resultado que “son los menor grado de instrucción y nivel socioeconómico bajo y constituyen el grueso de la audiencia televisiva.

²⁰ MINISTERIO DE COMUNICACIÓN. Envejecimiento, comunicación y política. Colombia. Bogotá. 2000.

²¹ VILCHES. Lorenzo. La televisión: los efectos del bien y del mal. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona. 1996. Pág 49.

Para ellos los programas sirven para matar el tiempo y eligen la televisión como el medio preferido”²²

Cada año las audiencias van envejeciendo, un ejemplo claro es que en Colombia se prevé que en el 2050 la población mayor de 60 años superará a la población juvenil. “El total de la población será de 71.500.000 personas aproximadamente, la esperanza promedio de vida al nacer, ligeramente superior a 79 años y los mayores de 60 años constituirán más del 21%”²³

Las cifras son inferiores comparadas con otros países de Europa donde la población mayor supera la de los jóvenes y el papel de los ancianos en dichas sociedades es respetado y ocupan un lugar importante en la escala social.

Las diferencias culturales marcan las formas de ver y entender la importancia del adulto mayor y es que precisamente el índice de bienestar y la vulnerabilidad con respecto a los derechos, son la principal característica a los que se ven expuestos millones de ancianos en Colombia.

Por lo anterior, se afirma que “las personas mayores de 60 años, según el Instituto Nacional de Medicina Legal, más del 4% de ellas fue víctima de violencia intrafamiliar severa denunciada ante dicho instituto en el 2002. Entre 1995 y 1996, se refirieron a abandono y maltrato, y otro tanto a omisión por parte del Estado: no reconocimiento del derecho de seguridad social, desatención en salud, y otras más.”²⁴

²² Ibid Pág 49

²³ MINISTERIO de Comunicación. Envejecimiento, comunicación y política. Colombia. Bogotá. 2000. Pág. 33

²⁴ Ibid. Pág. 61.

Es importante señalar datos como el anterior pues todo lo que afecte al adulto mayor tendrá efecto en su familia y por ende en la forma de ver televisión. No obstante pese a que el medio audiovisual tiene un impacto en cada integrante de la familia, también se advierte que la programación generalmente no es pensada para las necesidades de la audiencia por el contrario prima el aspecto comercial de las empresas productoras.

Actualmente los canales privados y regionales deben competir por el rating de la audiencia, no obstante el rating también se ve determinado por la edad de la audiencia y en este sentido para los adultos mayores no evidencia una programación televisiva dirigida para ellos, “los viejos ocupan el escenario de los medios cuando son problemas o dejan de serlo. De creerles a los medios, los viejos entran y salen de la agenda noticiosa como problemas apenas resueltos a medias, o sin solución a la vista.”²⁵ La tercera edad no tiene una representación de lo que son ya que por el contrario sólo son mencionados cuando se refieren de problemas físicos o psicológicos.

La importancia de los medios de comunicación es fundamental en una sociedad que se espera cree escenarios de representación social donde se vinculen distintos aspectos y se generen agentes de opinión. Del mismo modo se debe construir una sociedad donde la edad pase a segundo plano y lo realmente significativo sea la información que se emita.

La preocupación de incluir a los adultos mayores es por la necesidad de buscar “una sociedad para todas las edades y un periodismo para todas las edades”²⁶ ya

²⁵ MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Periodismo y comunicación para todas las edades. Cepsiger. Bogotá. 2004. Pág 43

²⁶ Ibid. Pág 76

que los medios de comunicación deben acabar las barreras y brechas que constantemente se evidencian en un país como el nuestro.

Sin embargo, el panorama para la inclusión de todas las edades en las características del diseño de la programación pensada en la audiencia disminuye, pues cada vez más la programación tiende a ser dirigida a la audiencia joven garantizando con esto su impacto con fines publicitarios. “Los medios especialmente la televisión están haciendo un hombre que ve, pero que no entiende, que recibe muchos datos, pero que no conoce”²⁷

El llamado es a promover capacitaciones para todas las personas: los realizadores, los periodistas, los empresarios, las audiencias, entre otros. Ya que es responsabilidad de todos incluir a los adultos mayores en los medios de comunicación. Debido a que muchas veces los “medios son lugares de representación del temor a la vejez, del ideal de la juventud, de una fuerte ilustración del presente, de una experiencia vertiginosa del cambio y de una serie de desplazamientos que hacen que la palabra del viejo – y más que la palabra- estén sometidos a un rápido anacronismo en estas sociedades.”²⁸

La palabra vejez es aplicada a todo: desde cosas, animales y personas. Ser viejo es una etapa de la vida que se debe aceptar antes de llegar, comprendiendo lo que acarrea ser adulto mayor. No obstante se pronuncia el hecho del papel de los adultos mayores es decir se debe implementar en la sociedad el respeto por los más adultos y no se deben excluir de los medios.

²⁷ Ibid. Pág. 78

²⁸ Ibid Pág. 79

Por tanto se define vejez como “la condición de ser persona vieja, en el sentido de haber vivido mucho más que otros. Equivale a ancianidad, cuando se alude específicamente a los seres humanos, las cronologías son inexactas y relativas a la época y al contexto en general.”²⁹

²⁹ Ibid. Pág. 185.

3.2 Estado de Cuestión

Cabe resaltar que investigaciones propiciadas por la Comisión Nacional de Televisión en nuestro país contienen cifras características que corresponden al consumo televisivo segmentando la audiencia por edades y por regiones.

Un ejemplo de lo anterior son los resultados obtenidos en el “Estudio General de Medios del 2009, el 93.5% de los colombianos ve televisión, el 68.7% escucha radio, el 42.0% lee revistas independientes, el 33.9% lee prensa, el 22.2% lee revistas de prensa, el 30.3% usa internet y el 5.3% va a cine.”³⁰

Así mismo en investigaciones pasadas se arrojaron datos que aseguran aclarar el consumo televisivo de los colombianos señalando que cerca del 67% de los encuestados ve televisión todos los días, además la jornada predilecta es la noche con un 80%.

La Asociación Colombiana para la Investigación de Medios “ACIM”, cada año realiza dos grandes investigaciones que van destinadas a conocer el consumo de los diversos medios en relación con las características demográficas de nuestro país.

De acuerdo a lo anterior en el primer periodo del 2010 se realizó una nueva investigación³¹ donde se evidenció las preferencias del adulto mayor en cuanto a los canales de mayor consumo. Algunas cifras arrojadas indicaban que los dos

³⁰ COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Colombia. 2009. Estudio realizado por la Asociación Colombiana para la Investigación de Medios-ACIM, en las 15 principales ciudades de Colombia, incluyendo sus áreas metropolitanas, con una muestra de 13.069 encuestas. Se hizo una entrevista personal en los hogares con la aplicación de un cuestionario estructurado a hombres y mujeres entre 12 y 69 años de los estratos 1 al 6.

³¹ COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Módulo de Televisión. Estudio General de Medios. 2010. Pág. 60.

canales de mayor consumo por los adultos mayores son: Canal Caracol y Canal RCN, así mismo se dejó claro la poca recepción de canales regionales y de interés cultural.

De igual manera se indagó acerca de sus géneros y formatos predilectos dejando en evidencia su mayor interés, programas con fuertes contenidos “informativo, de entretenimiento y de interés general.”³²

Investigaciones realizadas en Chile por Valerio Fuenzalida³³ indican que son numerosas las horas consumidas de televisión por los adultos mayores, pues por ser quienes mayor tiempo permanecen en el hogar refugian sus necesidades en el medio de comunicación.

Situación que se evidencia también en nuestro país, pues según el informe de la Comisión Nacional de Televisión en el 2009, los adultos mayores y las personas dedicadas a las labores del hogar consumen más televisión que personas que laboran o cumplen otras funciones. Así mismo se dejó en evidencia que el consumo de la televisión es de igual importancia para las personas de estratos altos que de menor estrato.

Con base en lo anterior se realizó un estudio compilado en un libro³⁴ por parte de algunos periodistas colombianos como: Judith Sarmiento, Javier Darío Restrepo, Darío Fernando Patiño entre otros, quienes plantean la necesidad de incluir al adulto mayor en todas las esferas del periodismo. Ellos han demostrado su interés

³² Ibid pág 60

³³ FUENZALIDA. Valerio. Expectativas educativas de la audiencia televisiva. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Editorial de Norma. Buenos Aires. Pag 45

³⁴ MINISTERIO DE COMUNICACIONES REPÚBLICA DE COLOMBIA. Periodismo y comunicación para todas las edades. CEPISIGER. Bogotá. 2004.

en romper la relación del rating igual juventud, pues los retos con el envejecimiento demográfico también deben ser prioridad de los realizadores y personas que se dedican a los medios de comunicación.

En Colombia se han realizado pocas investigaciones cuyo grupo poblacional sean adultos mayores, y es importante que desde la Academia y los Medios de comunicación se destaquen a los adultos mayores como una muestra que posee características propias para indagar.

Por ejemplo, en Bucaramanga no se han realizado investigaciones con la audiencia de la tercera edad, en la revisión bibliográfica se encontró el trabajo de grado realizado por el Comunicador Social Diego Benjumea: “Representación del adulto mayor en la franja prime time de los canales privados de Colombia (Caracol y RCN): Análisis de contenido”, el cual tenía como objetivo primordial analizar las formas de representación del adulto mayor en la oferta del prime time de los canales privados, buscando resolver algunas hipótesis planteadas como por ejemplo el hecho de que el adulto mayor es representado como un personaje al que todos acuden visualizándolo como el sabio.”³⁵

De acuerdo a lo anterior, es necesario propender por la construcción de una televisión inclusiva para los adultos mayores donde factores primordiales como la información y educación ocupen un lugar en el medio de comunicación.

Autores como Ingrid Díaz ratifican la propuesta de integrar a esta audiencia así lo afirma en su texto: Una televisión donde se incluya al adulto mayor, se dice que la

³⁵ BENJUMEA, Flórez, Diego Fernando. Representación del adulto mayor en la franja prime time de los canales privados de Colombia (Caracol, RCN): Análisis de Contenido. Trabajo de grado de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo. Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga. 2010.

“propuesta es crear Televisión Educativa que contemple las necesidades del público actual -niños, jóvenes, adultos y adultos mayores- y así, de modo imprescindible, fomentar la educación continua que estimule la participación activa del universo que compone la audiencia, en especial al, a veces olvidado adulto mayor; en el mundo de la televisión, Internet y las redes que de aquí se desprenden.”³⁶

Es preciso indicar que en nuestro país los adultos mayores fue el grupo poblacional que inicio su vida viendo televisión, es por ello que son los que más consumen televisión según una encuesta realizada por el Canal Local City Tv “se advertía un alto porcentaje de televidentes amas de casa mayores de 40 años, seguido por hombres también mayores de 40 años. Personas de 55 y más años, así como jubiladas y pensionadas, constituían la mayor audiencia televisiva en todos los horarios, desde las 6 de la mañana hasta las 11 de la noche.”³⁷

La anterior afirmación contrasta con estudios posteriores pues los adultos mayores están prefiriendo otras actividades a consumir televisión situación que se ve reflejada en las recientes investigaciones como la de la Comisión Nacional de Televisión (Estudio de medios, primer semestre del 2011) en la que los jóvenes y niños son los principales consumidores de televisión.

³⁶ DÍAZ. Ingrid [Online]. Una televisión educativa que incluya al adulto mayor. Noviembre 3 del 2010. Sitio Web: <http://porunatveducativa.wordpress.com/2010/11/03/una-tv-educativa-que-incluya-al-adulto-mayor/>

³⁷ MINISTERIO DE COMUNICACIONES REPÚBLICA DE COLOMBIA. Periodismo y comunicación para todas las edades. CEPISGER. Bogotá. 2004. Pág 62.

4 METODOLOGÍA

La propuesta metodológica de la investigación se definió por un enfoque cualitativo, ya que este permite flexibilidad en cuanto a diversas etapas del proceso investigativo, además por ser una propuesta enfocada desde las ciencias sociales se pretendió descubrir una realidad, la cual buscaba identificar las preferencias televisivas en los canales privados y regionales del adulto mayor en Bucaramanga.

El enfoque cualitativo permitió comprender el fenómeno entendiendo los gustos, el por qué, para qué de la muestra estudiada ya que estos son flexibles a la manera de ver y entender un fenómeno.

De igual manera, Hernández Sampieri “define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones pues un estudio cualitativo busca comprender un fenómeno de estudio en su ambiente usual (cómo vive, se comporta y actúa la gente; qué piensa; cuáles son sus actitudes, etcétera).”³⁸

El enfoque cualitativo involucra directamente al ser humano pues fue el principal objeto de estudio de esta investigación, así mismo se adentra en la búsqueda del fenómeno indagando de una manera subjetiva y flexible la realidad cuestionada. Desde esta perspectiva el enfoque cualitativo se aplicó a esta investigación porque profundizó “en los datos, en la riqueza interpretativa, en la contextualización del ambiente o entorno buscando detalles y experiencias únicas”³⁹ capaces de ser logradas a través del fenómeno en cuestión y en el grupo poblacional de la investigación.

³⁸ HERNÁNDEZ – SAMPIERI. Roberto. FERNÁNDEZ – COLLADO. Carlos. BAPTISTA. Pilar. Metodología de la investigación. Ediciones McGraw Hill. México. 2003. Pág. 12

³⁹ Ibid. Pág. 18

El tipo de investigación al que perteneció se definió como exploratorio ya que generalmente “determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables y posteriormente marcaran nuevas investigaciones”⁴⁰, por eso en esta investigación se indagan cuestiones en el adulto mayor como el por qué, para qué, dónde, cuánta, y qué televisión es la que está consumiendo, además este tipo de investigación posibilita “familiarizarse con fenómenos poco estudiados, obteniendo información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular”⁴¹, es preciso indicar que los estudios exploratorios son estudios que no se han indagado de forma masiva, además dan continuidad para que se realicen a partir de la primera investigación futuros estudios para ampliar los datos obtenidos.

Esta investigación también se considera el tipo descriptivo ya que este permitió “buscar, especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”⁴², además este tipo de investigaciones permite recoger algunos datos que se señalen como primordiales no importando que se recolecte de manera independiente o conjunta. De esta manera se obtuvo la información proporcionada por los investigados haciendo alusión al tema en cuestión y se describió el fenómeno encontrado.

De acuerdo al enfoque cualitativo se ha determinado el que más se ajustó a esta investigación es: Fenomenológico, ya que busca “llegar a una visión intelectual del objeto por medio de la intuición. La intuición siempre hace referencia a lo

⁴⁰ Ibid. Pág. 117

⁴¹ Ibid. Pag. 116

⁴² Ibid. Pág 118

inmediatamente dado, a las cosas. La fenomenología parte del hecho total del conocimiento humano. Su interés es hacer una descripción de los fenómenos o hechos del conocimiento tal y como lo podemos ver en la experiencia inmediata.”⁴³

Desde este punto de vista el fenómeno es percibido como lo real, lo dado, lo que se ajusta para describir una realidad sin alterar los resultados y observaciones, característica fundamental de este enfoque añadiendo además investigadores como Husserl quién citado por Barragán define: “las cualidades de las cosas como fenómenos individuales que requieren de la intuición para mirar con evidencia las esencias de dichos fenómenos”⁴⁴

No cabe duda que las preferencias televisivas del adulto mayor son un fenómeno que se ajustó a este enfoque con el cual se arrojó resultados concretos sobre la problemática indagada, ya que la fenomenología otorga una significación a los fenómenos y desde la realidad los configura y los constituye dándole un sentido característico, del mismo modo se complementó denominando a los fenómenos desde percepciones basadas en: la estética, el valor, la historia, entre otros.

Sin embargo, estas percepciones no deben limitarse puesto que la fenomenología tiene su propósito basada en las diversas reflexiones catalogadas de esta forma por Husserl quién citado por Barragán advierte “que no se debe descuidar pues el lugar preferente de la percepción se fundamenta en el valor que comparta en el proceso de conocer algo”⁴⁵

⁴³ BARRAGÁN- LINARES. Hernando. Epistemología. Filosofía a Distancia. Universidad Santo Tomás. Ediciones USTA. Bogotá.1997. Pág.69

⁴⁴ Ibid. Pág. 70

⁴⁵ Ibid. Pág. 71

Para el diseño metodológico se ajustó lo propuesto por Carlos Sandoval Casilimas en su libro: "Investigación Cualitativa"⁴⁶, donde define algunos pasos en el proceso investigativo que vincula a la fenomenología, que hicieron parte del diseño metodológico ya que cada etapa se formuló con lo planteado por el autor:

- A. Intuición: en este espacio con lo indagado acerca del nivel de la investigación, se pasó a entender a los implicados como el eje primordial del proyecto.
- B. Análisis: en esta etapa se realizó una comunicación con los adultos mayores para entender el nivel de la problemática a estudiar. Así mismo Casilimas señala que en este punto se realiza un interrogatorio para hallar todo lo que se desea saber del fenómeno.
- C. Descripción: en este punto es el investigador el que señala lo que ha observado en las anteriores etapas.
- D. Observación: Con la observación se evidenciaron respuestas a lo investigado como por qué se ve televisión y porqué consumir algún programa en particular.
- E. Exploración en la conciencia: La investigación es un proceso que determinó por qué ha ocurrido un hecho, en este ciclo señalado por Casilimas se observaron los antecedentes de la audiencia, es decir siendo los adultos mayores los que han visto la transformación de este medio de comunicación se exploró el camino que ha tenido que atravesar este medio para posicionarse en los hogares colombianos...
- F. Suspensión de las creencias (reducción fenomenológica): Por muchos años se ha señalado que la audiencia consume televisión porque genera en ella algunas necesidades que lo obligan a satisfacerlas con el medio de comunicación, sin embargo esta hipótesis ha generado grandes

⁴⁶ SANDOVAL. Carlos. Investigación cualitativa. Programa de especialización en teoría. Métodos y técnicas de investigación social. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES). Bogotá.1996

contradictorios por eso en este diseño se buscó e hallar una respuesta al anterior argumento.

Estos procesos se ajustaron a la investigación de las preferencias televisivas de la tercera edad, porque se pudo indagar por dicho fenómeno y así mismo se describieron las principales características de los resultados.

El grupo poblacional del cual se obtuvo información estuvo señalado como adultos mayores del municipio de Bucaramanga en edades entre 60 y 82 años, mujeres y hombres sin distinción de etnia, religión, nivel de escolaridad y estrato socio económico, quienes fueron escogidos a través de una muestra no probabilística.

En cuanto a la caracterización de la muestra los adultos mayores de Bucaramanga constituyen según el DANE en el 2.011 43.419 personas de la tercera edad, del total de la población que es 525. 019 entre hombres y mujeres de todas las edades. La tercera edad se encuentra en el plan de la Secretaría de Desarrollo de la Alcaldía de este municipio ya que en la actualidad se le ha brindado beneficios de esparcimiento para los estratos 1, 2 y 3 con la creación de tres centros ubicados en el norte de la ciudad barrio Keneddy, en el barrio Álvarez y en Real de Minas.

Es importante señalar que se utilizó una muestra no probabilística ya que esta permitió que el investigador seleccionará a su grupo poblacional de acuerdo a las características que va a indagar, con base en esto se seleccionó la muestra en diferentes barrios como: San Francisco, Centro, Girardot, Real de Minas, lugares en los que se encuentran ubicados parques que son frecuentados por los adultos mayores.

No obstante es importante señalar que los resultados arrojados por dicha muestra no podrán ser generalizados como respuestas de toda la población de la tercera edad de Bucaramanga. El propósito de esta investigación consistió en indagar acerca del fenómeno de las preferencias televisivas, en una muestra que abarcará la zona central del municipio.

En cuanto a la técnica de recolección de datos luego de realizadas las cuatro pruebas pilotos (observación no participante, entrevista semi estructurada, grupo focal, cuestionario), se definió como instrumentos los dos más significativos, ya que se observó que esta población debido a su estado físico, social y cultural no siempre es accesible para obtener información porque su atención no es fácil captarla ya que se dispersan en otros temas poco relevantes para la investigación, por tal motivo se utilizaron los siguientes instrumentos:

El primero para la obtención de datos consistió en la entrevista semi estructurada, esta técnica de recolección Elssy Bonilla y Penélope Rodríguez la definen como informal o conversacional, “las preguntas se formulan en torno a un asunto que se explora ampliamente, sin usar ninguna guía que delimite el proceso. No se espera obtener información sistemática sino por el contrario, captar el margen de variabilidad en la información que reportan las personas.”⁴⁷

Fue aplicado con cuatro mujeres cuya principal condición consistió en que fueran amas de casa, en las pruebas pilotos se realizó un grupo focal en el cual se determinó que estas mujeres serían elegidas por su alto nivel de recordación de programas televisivos, otros criterios de selección consistían en que no tuvieran un trabajo y el mayor tiempo estuvieran en su hogar y fueran consumidoras de televisión diariamente, ya que en estudios realizados anteriormente se aseguraba

⁴⁷ BONILLA. Elssy. RODRÍGUEZ. Penélope. La investigación en ciencias sociales: Más allá del dilema de los métodos. Ediciones Uniandes. Grupo Editorial Norma. Bogotá. 1997. Pág 96.

que las mujeres de la tercera edad que se encontraban más tiempo en casa eran las que más consumían televisión.

Posteriormente se diseñó un cuestionario de recolección realizado por el investigador y un auxiliar de investigación ya que por las condiciones físicas y psicológicas de los adultos mayores era necesario orientar y apoyar el proceso mediante preguntas dirigidas.

Esta técnica de recolección de datos consiste “en la traducción de los objetivos de la investigación a preguntas específicas. Por tanto se puede decir que la fundación de todos los cuestionarios son las preguntas; contestar preguntas del cuestionario proporciona datos para probar la hipótesis. Las preguntas deben motivar a los entrevistados a que proporcionen los datos necesarios.”⁴⁸

El cuestionario tuvo preguntas dicotómicas de respuesta cerrada para la plena fiabilidad de las respuestas. Además se indagó por cuatro categorías: el primero enfatizado en las preferencias televisivas (Canal, programa, formato), el segundo preguntaba los horarios de consumo (Jornada, número de veces), el tercero respondía a preguntas de opinión acerca de la televisión que se está realizando en Colombia y por último se indagó por las sugerencias que tenían los adultos mayores frente a lo que ven en la televisión. En total se realizaron quince preguntas.

Este instrumento fue realizado en cuatro sectores de Bucaramanga: San Francisco, Girardot, Centro y Real de Minas aplicándolo a ochenta adultos mayores de edades que oscilaron entre los 60 y 82 años, el rango de edad fue limitado ya que no todos los adultos mayores de edades superiores a la mencionada tienen capacidades físicas para atender a las preguntas formuladas en el cuestionario.

⁴⁸ NAGHI. Mohammad. Metodología de la investigación. Limusa. Noriega Editores. México. 2002. Página 163.

Con el fin de desarrollar el diseño metodológico se elaboró una tabla en la cual cada objetivo específico fuera evaluado con el instrumento para dar respuesta a este.

Tabla 1. Relación de los instrumentos con los objetivos específicos

Objetivos	Instrumento
Establecer el consumo televisivo en los canales privados y regionales por los adultos mayores de Bucaramanga	Cuestionario aplicado a 80 adultos mayores
Identificar los formatos televisivos preferidos por los adultos mayores en Bucaramanga.	Cuestionario aplicado a 80 adultos mayores Entrevista semi estructurada a 4 mujeres
Determinar las razones y motivaciones de los adultos mayores al ver televisión en los canales privados y regionales de los adultos mayores de Bucaramanga	Cuestionario aplicado a 80 adultos mayores Entrevista semi estructurada a 4 mujeres
Conocer el nivel de credibilidad de los adultos mayores frente a los contenidos de la televisión.	Cuestionario aplicado a 80 adultos mayores Entrevista semi estructurada a 4 mujeres
Determinar las sugerencias de los adultos mayores de Bucaramanga frente a la programación en los canales privados y regionales de Bucaramanga.	Cuestionario aplicado a 80 adultos mayores Entrevista semi estructurada a 4 mujeres

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El primer instrumento que se realizó fue la entrevista semi estructurada a cuatro mujeres de la tercera edad, a continuación se presentan las tablas discursivas de los resultados obtenidos:

Tabla 2. Perfiles de los personajes entrevistados

Entrevista 1	Sol Pino, edad 62 años, ama de casa.
Entrevista 2	Rosa De Lizcano, Edad 65 años, ama de casa
Entrevista 3	Esperanza Díaz, Edad 60 años, ama de casa
Entrevista 4	Carmenza De Franco, Edad 63 años, ama de casa.

Tabla 3. Resultados de las entrevistas semi estructuradas

Entrevistada	Preguntas del entrevistador	Respuestas del informante	Categorías
1 Sol Pino	¿Cuándo fue la primera vez que vio televisión?	La primera vez que yo vi televisión fue cuando tenía 13 años porque en esa época no habían televisores en el pueblo donde yo vivía	Falta de cobertura
2 Rosa de	¿Cuándo fue la primera vez	Pues cuando salió la televisión en el 52 sería por ahí miraba	Inicio de la T.V

Lizcano	que vio televisión?	las novelas que daban	
3 Esperanza Díaz	¿Cuándo fue la primera vez que vio televisión?	Hace años pero que le digo yo pongámosle tendría yo como 15 años	Audiencia juvenil
4 Carmenza de Franco	¿Cuándo fue la primera vez que vio televisión?	Uy eso fue hace mucho tiempo	Décadas
1	¿Cómo llegó la televisión a su casa?	Mis hermanas que ya trabajaban compraron el televisor, era un mueble grande con patas la pantalla era muy grande y era a blanco y negro	Tecnología
2	¿Qué tal era la televisión que daban en esa época?	Buena era si era buena de verdad ahora ya no ahora es muy fea	Producción
3	¿Era un televisor propio?	No eso le tocaba a uno mirar por las ventanas	Pocos televisores
4	¿Qué programas habían en ese tiempo?	Nosotros en la casa fuimos los primeros en tener televisión en blanco y negro cuando estábamos en la casa con mi mamá con mi papá y eso, porque un hermano que teníamos en Bogotá que estaba en la marina él nos trajo un televisor y todavía	Recurso económico

		existe el televisor y todavía trabaja	
1	¿Cuántos televisores habían en su casa?	Uno solo en esa época no habían muchos televisores para la venta el que lo tuviera era porque tenía los medios para conseguirlo o sea más próximo y era una persona privilegiada	Televisor familiar
2	¿Qué tenía de diferente?	Pues programas muy buenos de todo novelas y buena programación ahora no ahora hay una novela que eso no tiene ni madre	Buena programación
3	¿Y que veían por las ventanas?	Uno veía el chavo, Popeye que era lo que uno se acuerda y por ahí las novelas	Programas infantiles
4	¿Y que había en ese televisor que programación había?	Habían buenos programas buenas telenovelas buenas películas y todo eso habían mejores películas cuando eso que ni las de ahora estas películas son repetidas y todo y cuando eso no eran unas películas de dos y hasta tres horas habían unos largometrajes que nosotros durábamos con un muchacho que fue esposo de mi hermana durábamos desde las 8 de la noche hasta las dos de la mañana viendo televisión viendo esos largometrajes que	Películas

		pasaban muy bonitos	
1	¿Cómo eran los programas que usted veía?	Eran a blanco y negro, las novelas eran más que todo románticas sin violencia y sin escenas de sexo	Sin violencia y sin sexo
2	¿Cuántas horas ve aproximadamente televisión al día?	En el día no miro, de noche sábados felices	Sábados felices
3	¿Qué novelas había en esa época?	Que yo me acuerde pero eso ya era cuando estaba más grande esto los ricos también lloran habían otras	Telenovelas
4	¿Recuerda algún personaje en específico de la televisión de antes?	No yo no me acuerdo	No recuerda
1	¿Cuál es el programa que usted más recuerda?	Animalandia que lo presentaba Pacheco, Naturalia lo presentaba Gloria Castaño de Valencia y el Show de Jimmy lo presentaba él mismo Jimmy Salcedo	Animalandia Naturalia El show de Jimmy
2	¿Qué personaje o programa de la televisión de antes recuerda	Alí Humar, Alicia del Carpio esas buenas Carlitos Muñoz no me acuerdo ahorita demás	Personajes

	que le gustara compartir con su familia?		
3	¿Qué personaje de la televisión de antes usted recuerda?	A este señor que era el más papasote Julio Luna sí creo que era pero no me acuerdo bien del nombre era el que mejor dicho el que todo el mundo nombraba era el más dijo mi nieta el papasote	Personajes
4	¿Cómo ha cambiado la televisión que hay ahorita a la que había antes, ha cambiado mucho?	Ha cambiado mucho antes no había tanta propaganda ni tanto que salen esas señoras vestidas desnudas cuando eso la televisión era muy seria	Exceso de comerciales
1	¿En qué horarios se veía la televisión?	Por la noche porque en ese tiempo la luz la ponían desde la cinco de la tarde solo se podía ver en la noche que era cuando la luz era más fuerte	Cobertura de energía
2	¿Por qué era buena la televisión de antes?	Porque era buena contaban buenos chistes buenos programas y de todo	Entretenimiento
3	¿De la televisión de antes a la de ahora en que	Uy cantidades antes era como más ingenua para las cosas o sea más oculta en cambio ahoritica todo es como más	Violencia televisiva

	ha cambiado?	destapado las cosas son con más morbo hay más maldad porque usted ve una novela y se da cuenta que es pura maldad que lo mataron en cambio antiguamente no eso no lo incitaban a uno.	
4	¿Considera que la televisión de ahora es violenta?	Sí es más violenta porque hay más maldad y más cosas en la televisión hay películas que implican a la maldad de la gente	Violencia
1	¿Cuál es su canal preferido?	No tengo ningún canal favorito porque en las tardes veo RCN y en las noches Caracol	RCN, Caracol
2	¿Y la de ahora? ¿Por qué?	La de ahora no me gusta casi, no miro televisión casi porque ahora dan bailarines y toda esa vaina que no me gusta	No tiene preferencia
3	¿Le gusta la televisión que se está haciendo ahora en Colombia?	Pues en parte si y en parte no porque está también que los niños no tienen esa cultura este de respeto sino que ya hacen las cosas que porque ellos ya lo vieron entonces lo hacen y antiguamente no uno respetaba a un mayor porque uno veía en la televisión que había que respetarlo	Televisión educativa
4	¿Cuáles son los programas que usted ve ahora?	Yo por lo menos por ahí veces veo programa o películas peor yo veo la novela esas novelas de por la tarde esto la de abrázame bien fuerte y la de	Telenovelas Películas

		abismo de pasión y yo vi la de la que no podía amar y la vi hasta que se acabó la vi por RCN hasta las 11 de la mañana que se terminaba la una	
1	¿Cuál es su programa preferido?	Mi programa preferido son los de entretenimiento como para descansar de las noticias y ver algo diferente de los noticieros que siempre son las mismas noticias	Entretenimiento
2	¿Qué le gustaría ver en la televisión?	Novelas buenas ahora en las novelas es puro beso y abrazo los viejos en cambio anteriormente no era así la novela esa de un rostro la novela de una vida y dos rostros era una belleza de novela ahora no	Telenovelas
3	¿Cuál es el canal de televisión que le gusta más?	Pues aquí siempre vemos RCN es el que más vemos	RCN
4	¿Cuál es el canal de televisión que usted más prefiere?	El caracol y el RCN y ese el TNT esas son muy buenas películas y el AXE dan buenas películas por esos canales y TV Agro me gusta también	RCN, Caracol
1	¿Qué programación prefiere	Los reality shows y los magazines porque sale uno de la monotonía de ver lo mismo	Reality show

	(noticieros, magazines, reality shows)?	y la expectativa de quien va a ganar	Magazine
2	¿Le gusta la televisión que se está haciendo ahora en Colombia?	Regular porque ya casi no miro televisión sólo en la noche no más porque hay mucha violencia mucha pornografía muchas mentiras y no me gusta mirar nada de eso	Jornada nocturna
3	¿Y de RCN cuál es el programa que más prefiere?	Así que más preferimos por ejemplo ahorita el de la noche el pobre rico y esa otra Colombia tiene talento pero así casi o las noticias	Reality Show
4	¿Aproximada mente cuántas horas dedica a ver televisión?	Yo veo por ahí por la tarde veo como tres horas porque me gusta el programa ese del precio es correcto y el de compra la orquesta y por la tarde las otras novelas y se acaban a las 6 y yo me acuesto tantico y hace ratico me pare una vez a ver las noticias yo veo las noticias y después me pongo a ver la novela y después el programa ese de Colombia tiene talento o el de yo me llamo y ahora no los puedo ver porque eso se acaba muy tarde a las 9 y 30 yo me voy a acostar	Programas de concurso

1	¿Cuántas horas le dedica a ver televisión?	En la tarde dos horas y en las noches 3 horas más o menos	Consumo
3	¿Y usted cree todo lo que ve en la televisión?	No porque hay mucha fantasía muchas cosas que son irreales o sea no cuentan la verdad de los hechos a veces de una cosita aumentan las noticias casi los repiten dos o tres veces en el día lo mismo o duran tres día en la misma cosa	Falsedad del medio
4	¿Y por ejemplo que le gusta más los noticieros, las novelas, los reality shows?	Las novelas y los programas esos del precio es correcto y el de do, re millones	Telenovelas Programas concurso
1	¿En qué jornada veía más televisión antes?	En la noche	Jornada nocturna
3	¿Aproximadamente en que jornada es en la que usted más consume televisión?	En la noche porque están todos reunidos ahí en la familia entonces todos que vamos a ver el noticiero que vamos a ver tal programa entonces en la noche	Jornada nocturna
4	¿Por qué le gustan esos	Porque me gustan porque pasan cosas bonitas de que la gente gana las cosas y los que	Entretenimiento

	programas?	pierden y eso	
1	¿Le gusta la televisión que se está haciendo?	No porque no hay productores que hagan programas instructivos las novelas sólo se basan en narcotráfico como si no existiera nada más temas para llevar a la pantalla	Programas creativos
3	¿Cuántos televisores hay en su hogar?	Aquí apenas hay uno	Televisor
4	¿Esos programas son semejantes a los que habían antes?	Si esos programas si son mejores porque cuando eso estaba el programa de Jorge barón y el de Jimmy Salcedo y esos que eran de música pero así de compre la orquesta había uno pero era más diferente que el de ahora	Programas de concurso
1	¿Qué es lo que más le gusta de la televisión?	Los realities lo que menos me gusta son los noticieros porque cuando cogen una noticia no tienen más de que hablar en los tres noticieros en los de las 6 de la mañana en el de las doce del día y en el de las 7 de la noche y a veces ha habido noticias importantes que no les han tomado como tales por lo menos cuando entregaron a los primeros secuestrados los mostraron con lujo de detalles en cambio cuando mostraron ahora a los policías y soldados casi ni los dejan ver no les	Reality Show

		hicieron todo el despliegue que ellos merecían como soldados de la patria	
3	¿Y antes cuando usted vivía con su familia cuantos habían?	La verdad es que uno o dos a veces habían dos aquí también a veces hemos tenido dos	Cantidad de televisores
4	¿En qué se diferenciaban?	Porque cuando eso era apenas uno decía compro tal cosa y se la vendían y ganaba con eso y ahora no ahora a veces ganan a veces no	Cambios de los programas
1	¿Qué sugerencia le haría usted si tuviera la posibilidad de hablar con un realizador de televisión?	Que hicieran una programación entretenida que crearan un programa que fuera del interés de la gente que se preocupen por saber si a la gente le gusta la programación que existe pero que no le pregunten a ciertas personas sino a la gente del común en los pueblos porque en las ciudades la gente ni ve televisión	Sondeos
3	¿Con que criterio usted elige un programa de televisión?	Bueno que sea a veces que sea entretenedor que uno se distraiga un rato a veces puede ser cultural que sea de salud o algo que uno le interese pero de resto una novela la ve uno es por verla no porque tenga algo de enseñanza	Entretenimiento cultural

4	¿Qué no le gusta de la televisión que se está haciendo ahora en Colombia?	Todas esas viejas que salen por ahí empelotas todo eso no me gusta, las propagas que hay tan feas unas propagandas tan feas y tan pichirris como dice mi nieta que pasan unas propagandas que se acuesta el tipo que esta malo de la gripa y se acuesta sin corbata y sin nada con una camiseta y cuando se para que tose se para bien encorbatado bien vestido entonces eso quien les cree una propaganda de esas	Falsedad del medio
3	¿Si tuviera la posibilidad de hablar con una persona que hiciera televisión usted tendría alguna sugerencia para ellos?	Claro que hicieran cosas como más verídicas como más exactas o sea como no tanta maldad ni tanta sino como más ingenua todavía porque eso ayuda a culturizar los pelados	Veracidad
4	¿Usted cree lo que ve en la televisión o no les cree?	Unas cosas sí se creen otras cosas no por lo menos esas propagandas que salen así yo no las creo porque eso es como la otra vez que salía eso de que mostraban una camisa que le habían quitado las manchas y resulta que era una camisa otra que habían acabado de comprar y uno se daba cuenta que era otra	Mejores comerciales

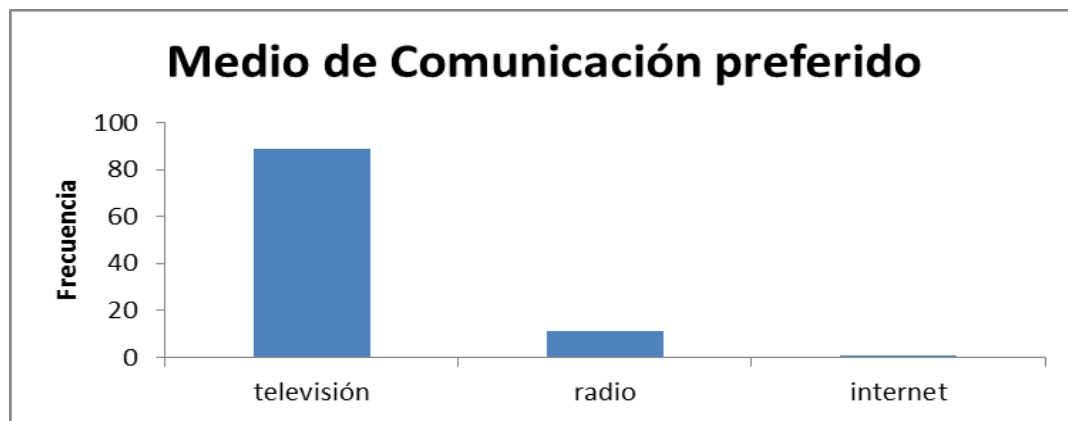
		camisa	
3	¿Para los niños que ven televisión?	Por ejemplo que no hubiese pero es que hoy en día hasta los matachitos son como violento como todo eso entonces yo digo que se dieran cosas como pues no tanto que sea nerd de clase pero cosas como más culturales como más enseñanza del respeto no tanta violencia ni que se agarraron en el colegio es que esas novelas son eso que se agarraron de las mechas por un muchacho no eso me parece como tan violento como tan extremadamente malo	Reducción violencia
4	¿Si tuviera la posibilidad de hablar con un realizador de televisión que le sugeriría?	Pues que no saquen esas propagandas tan pichirris y que saquen buenas propagandas que hagan buenos programas buenas cosas bonitas y todo eso como lo de los animales que saquen animales para uno conocer todo eso pero ahora han vuelto a sacar de a poquito pero lo habían dejado de sacar	Mejor calidad en los contenidos
3	¿Usted cree que hay programas para la tercera edad en la televisión	No aquí no yo no he visto así casi la única que he visto es en tele amiga que es en la que dan esos programas de tejidos y los arreglos que hacen del	No hay programas para el adulto mayor

	colombiana?	resto no hay	
3	¿Un programa que usted recuerde de hace 20 años?	El de Jimmy Salcedo, Animalandia que era los domingos	El show de Jimmy Animalandia
3	¿Qué le gustaba de esos programas de televisión?	Pero porque eran programas que culturizaban pero a la vez eran de niños eran de animales y eran bonitos eran programas de cultura	Cultura
3	¿Cree que le hace falta a la televisión colombiana más cultura?	Si porque hoy en día ya frescamente dicen cualquier grosería sin tener ningún problema lo mismo en la radio la radio se ha vuelto que días mi hijo me decía mamá pero ese señor insulta feísimo a la gente y eso es falta de cultura porque los mismos periodistas están ayudando a eso y no deberían pasar esas cosas que dicen cualquier grosería y es normal	Falta de educación de los periodistas

El cuestionario fue el segundo instrumento de recolección de datos aplicado a ochenta adultos mayores de cuatro sectores de la ciudad, a continuación se presentan los principales resultados atendiendo a los tópicos cuestionados:

De los 80 adultos mayores cuestionados el 88,75% prefiere la televisión frente a otros medios de comunicación, el 11,25% restante prefiere la radio y los periódicos.

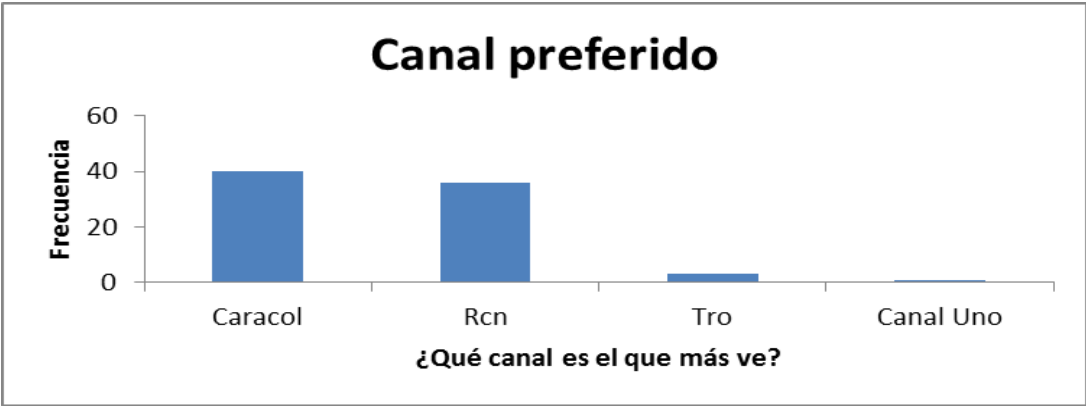
Figura 1. Medio de comunicación preferido



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

En la oferta de canales regionales y privados de Colombia prevalece la preferencia por los canales privados, dejando en segundo plano la visualización de canales regionales ya que de los encuestados tan sólo el 1,25% prefiere ver el canal TRO frente al 98.75% que prefiere el Canal Caracol y el Canal RCN.

Figura 2: Canal preferido



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

En cuanto a la oferta de programas los noticieros del medio día son los más preferidos por los adultos mayores, sin embargo es importante mencionar que los Reality Shows (Colombia tiene talento y Yo me llamo) también son una fuente de entretenimiento para este grupo poblacional. El noticiero que más prefieren es Noticias RCN de la emisión de medio día con un 27%, seguido de Noticias Caracol 20%.

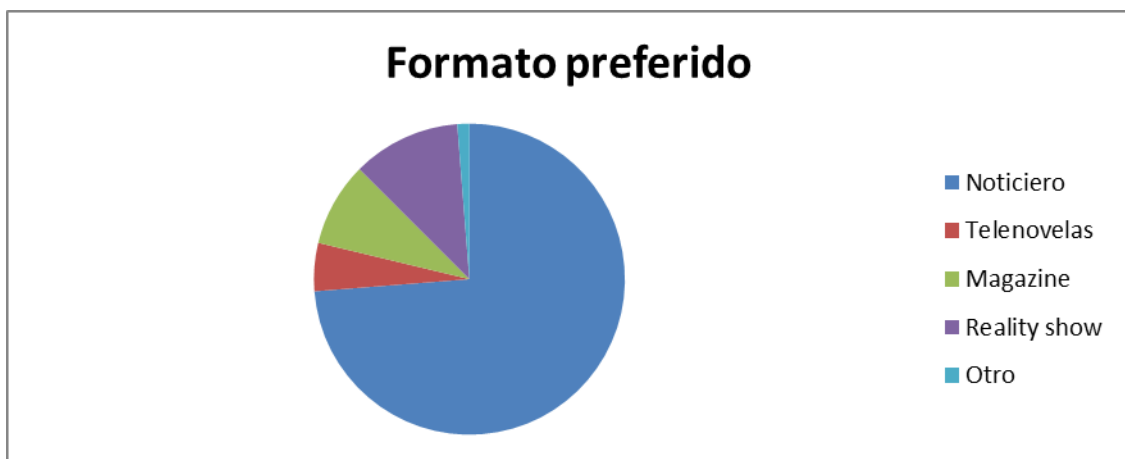
Figura 3. Programa preferido



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

El formato preferido continua siendo el noticiero ya que el 73.75% de los cuestionados lo indican como el formato predilecto sin embargo es pertinente indicar que los reality show han tomado valor entre este grupo poblacional ya que el 11.25% lo indican después del noticiero. La telenovela decae pues en la muestra realizada tan sólo el 5% la prefieren.

Figura 4. Formato preferido



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

Respecto al consumo televisivo que se da de lunes a viernes frente a los fines de semana, el mayor consumo se presenta los días de la semana ya que el 65% de los adultos mayores prefieren estos días lo que responde a las conductas del consumo televisivo de las audiencias ya que el fin de semana se realizan más actividades de esparcimiento entre los integrantes de la familia.

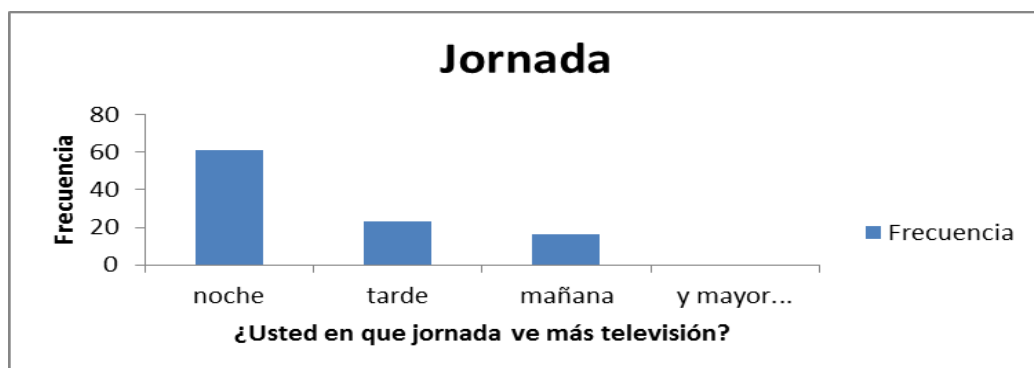
Figura 5. Consumo televisivo



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

Los adultos mayores encuestados consumen más televisión en la jornada de la noche con un 63% frente a otras jornadas como en la tarde con un 21% y la jornada de la mañana donde el consumo es menor con un 16%, situación que se evidencia con la gráfica del programa preferido donde los programas de la noche se sitúan con un relevante porcentaje.

Figura 6. Jornada



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

El consumo televisivo en cuanto a horas desmiente la versión de algunos teóricos como Valerio Fuenzalida quién aseguraba que los adultos mayores consumían más de 5 horas diarias de televisión, en el grupo poblacional cuestionado el 63% consumo de 1 a 3 horas, cerca del 27% consume de 3 a 5 horas y tanm sólo el 10% consume más de 5 horas.

Figura 7. Horas consumidas diariamente



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

La televisión nace con los adultos mayores ya que son ellos los que la posicionan, algunos programas aún continúan siendo un éxito para la tercera edad caso específico de Don Chinche producido por RTI en 1981, programa que tuvo una duración en las pantallas de aproximadamente 10 años y cuya principal característica era las tradiciones colombianas. Don Chinche fue el programa más recordado con un 26%, seguido por Quiere Cacao con un 12%, este programa tuvo 186 emisiones y fue uno de los programa concurso con más rating conducido por Fernando González Pacheco.

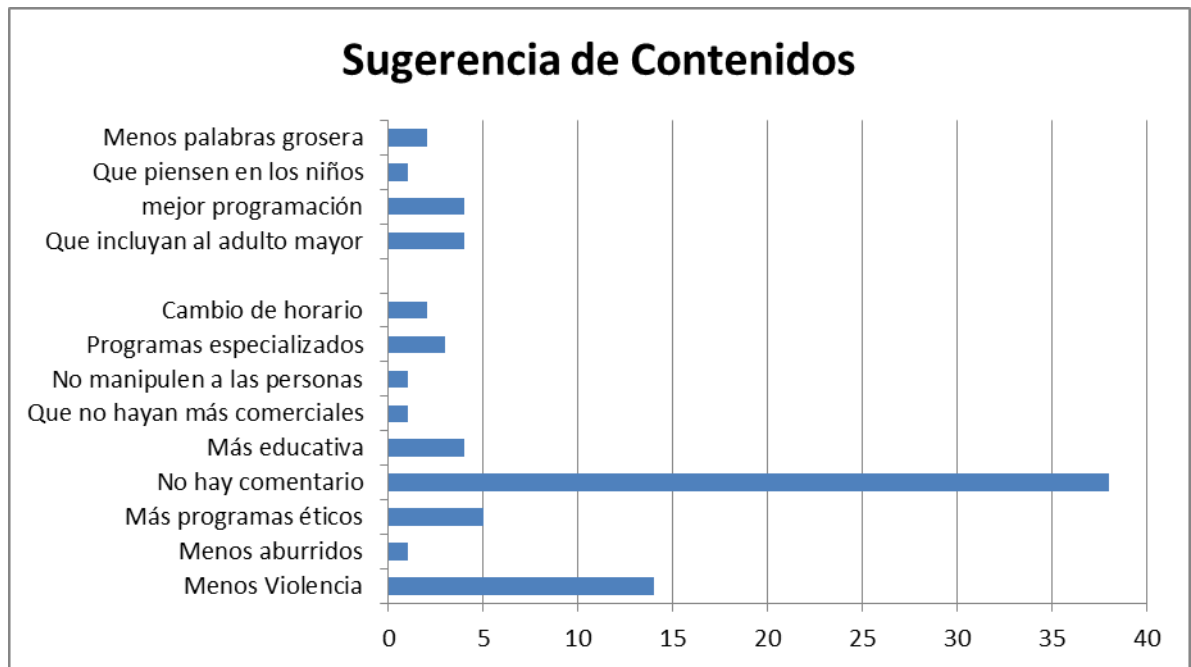
Figura 8. Programa más recordado



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

Dentro de los resultados más destacados los adultos mayores mencionan algunas sugerencias para cambiar el modelo de televisión que se presenta actualmente, aunque la respuesta común es no tiene sugerencias con un 47%, también se señalan otros indicadores como la disminución de violencia con un 17% situación que se ve evidenciada en los programas seriados que se dedican al narcotráfico y a las olas de desastre que vivió nuestro país en décadas anteriores. Otro resultado significativo es más programación ética con un 6%.

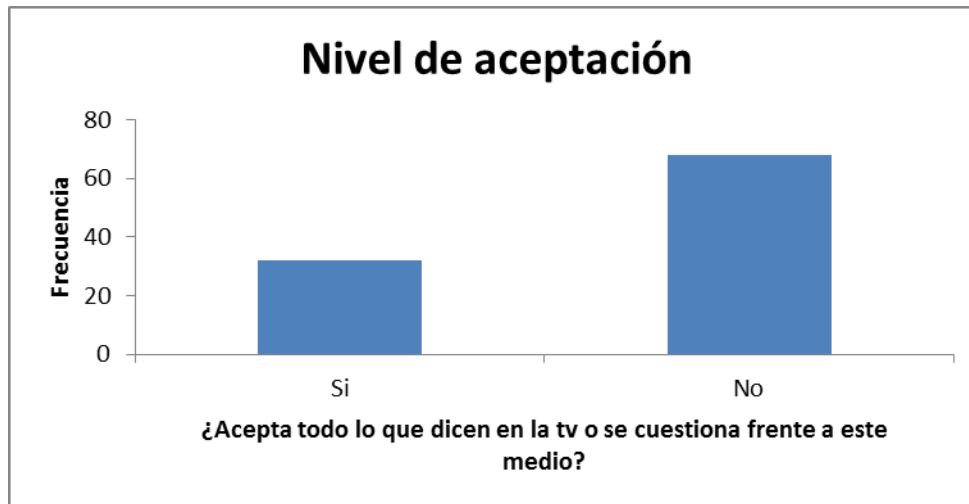
Figura 9. Sugerencia de contenidos



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

En el cuestionario realizado también se indagó por el nivel de aceptación de los adultos mayores frente al medio de comunicación, a lo que el 68% de los adultos mayores aseguran que no creen en lo que la televisión les informa, situación que es preocupante para los comunicadores pues el llamado cuarto poder esta perdiendo significado y credibilidad en la población.

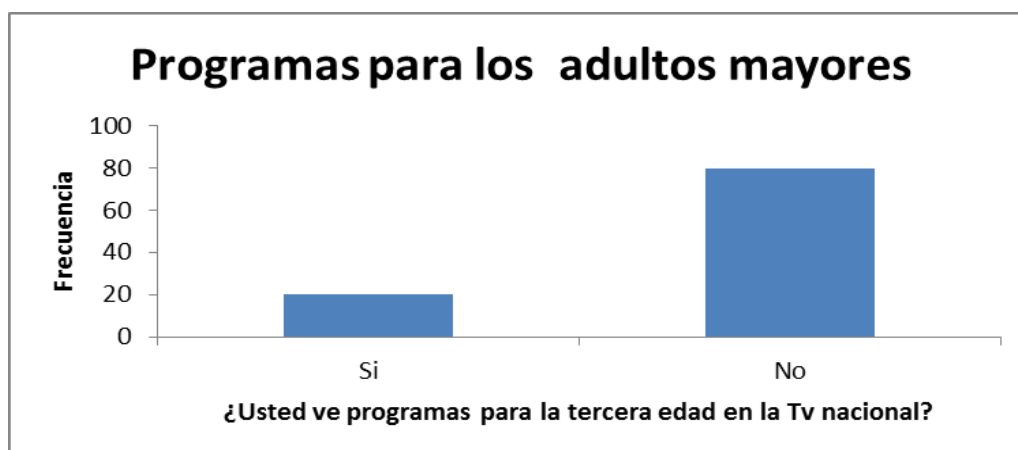
Figura 10. Nivel de aceptación



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

Respecto a la prevalencia de los programas destinados para los adultos mayores el 80% de estos asegura que ni en los canales privados como Caracol y RCN ni en el canal regional como TRO encuentra televisión que sea destinada para este grupo poblacional.

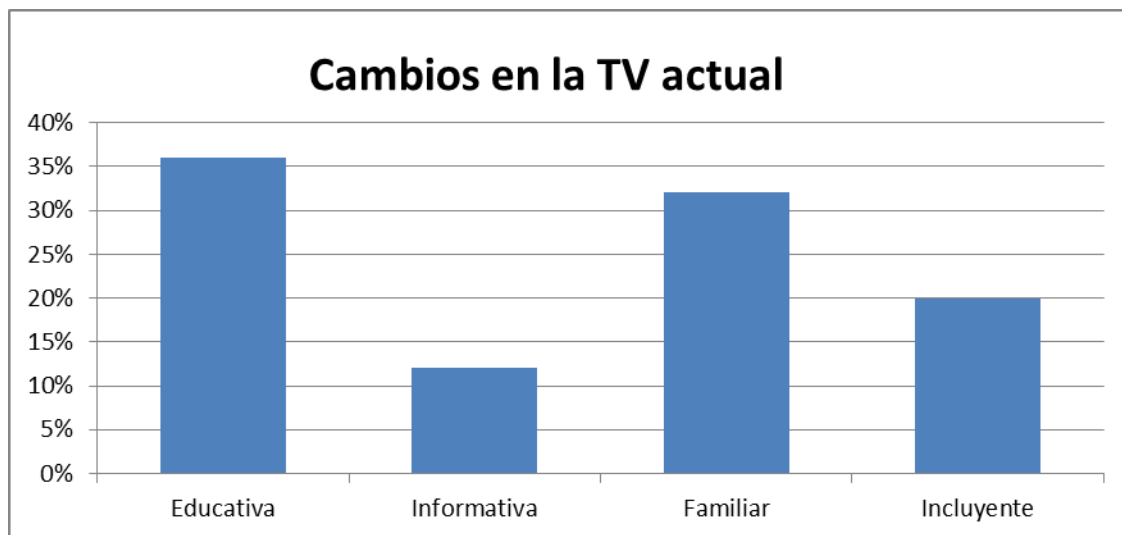
Figura 11. Programas para los adultos mayores



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

A la pregunta ¿Cuáles son los cambios que desea ver en la televisión actual?, el 35% de estos asegura que desea una televisión con fines educativos, seguido del 32% que indica que desea una televisión para toda la familia.

Figura 12. Cambios en la TV actual



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

Los dos instrumentos aplicados arrojan datos que tienen tendencias en sus resultados, por tal motivo a continuación se presenta la tabla de similitudes entre el cuestionario y la entrevista semi estructurada realizada a los adultos mayores de Bucaramanga.

Tabla 4. Tendencia de los resultados obtenidos

Cuestionario	Entrevista semi estructurada
La televisión es el medio de comunicación más utilizado por los adultos mayores	Desde el nacimiento de la televisión este fue el medio de comunicación de mayor utilización en los hogares.
Los adultos mayores cuestionados prefieren ver televisión de lunes a viernes en la mañana.	Las amas de casas entrevistadas prefieren ver televisión en horas de la noche
El formato preferido por los adultos mayores son los noticieros seguido de los realities shows	El formato preferido por las amas de casas entrevistadas son los noticieros seguido de las telenovelas
Los adultos mayores indican que no tienen programación exclusivamente para ellos, no encuentran en los canales privados ni regionales programas para la tercera edad.	Las amas de casa entrevistadas no ven ningún programa dedicado al adulto mayor.
La mayoría de los adultos mayores no creen todo lo que los medios de comunicación, específicamente la televisión les informan.	Los medios de comunicación han perdido credibilidad frente a la audiencia.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El mayor consumo televisivo es evidente en los canales privados con un 98.75% porque dentro de sus parrillas de programación existe una variedad temática que no se encuentra en el Canal TRO, la tercera edad consume mayor televisión de lunes a viernes en la jornada de la noche de 1 a 3 horas diarias con un porcentaje de 63%.
- El canal preferido por los adultos mayores es Caracol con un 50%, seguido de RCN con un 45% y por último el canal regional TRO con un 5%. En el canal Caracol recientemente se han retomado programas de concurso como los existentes en décadas anteriores lo que llama la atención de la tercera edad por considerarlos que pueden ser vistos por toda la familia.
- El formato y programa preferido por los adultos mayores es el noticiero, ya que desean obtener diariamente información de lo que acontece en nuestro país, sin embargo el segundo lugar en la opción de formatos es para los Realitys Show que en los últimos años ha adquirido un número importante de seguidores.
- La principal característica y motivación de la tercera edad a la hora de elegir un programa televisivo es el contenido además de otros factores como el horario, sin embargo la mayoría de los adultos mayores no eligen un programa por el canal ya que para ellos prevalecen otras razones como el entretenimiento familiar y la formación que pueden adquirir visualizando televisión.
- Los principales cambios que los adultos mayores desean encontrar en la televisión es que esta tenga contenido educativo, familiar e incluyente ya que en la programación televisiva que se realiza actualmente no se están viendo reflejados. La tercera edad recuerda con gran aprecio programas

realizados en décadas anteriores como Don Chinche, al que aseguran es el programa más recordado de todos los tiempos y se debe principalmente a su contenido y a la identificación que estos veían en cada capítulo.

- Los medios de comunicación deben incluir al adulto mayor en su programación además deben verse estos reflejados en dichos programas por tanto es necesario que desde la academia se generen espacios de formación para los futuros periodistas y realizadores con el objetivo de incluir y propender por medios de comunicación para todas las edades.
- Como recomendación para las Instituciones académicas se debe romper la brecha generacional que ha primado tanto en investigaciones como en producciones audiovisuales realizadas a lo largo de los años, de igual forma en nuestra región a través de los medios de comunicación existentes se deben involucrar espacios de formación para las audiencias y para los realizadores nacionales que incluyan a la tercera edad como su target group.
- No hay políticas de programación televisiva dirigidas al adulto mayor por eso ellos se refugian en los contenidos de índole familiar comedia, noticieros esto es una oportunidad y recomendación para que en la transición de lo análoga a la Televisión Digital Terrestre TDT, se tenga en cuenta a los adultos mayores con un canal temático dedicado a la tercera edad.
- Es importante recomendar que se continúen las investigaciones cuyo eje principal sean los adultos mayores ya que esta población que superará a los jóvenes y niños. En la región y en nuestro país hacen falta investigaciones donde se incluya a este grupo poblacional ya que no se evidencian proyectos destinados a estudiar a esta audiencia.

7. BIBLIOGRAFÍA

1. AGUADED. José Ignacio. Convivir con la televisión: Familia, Educación y Recepción Televisiva. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona. 1999.
2. BARRAGÁN- LINARES. Hernando. Epistemología. Filosofía a Distancia. Universidad Santo Tomás. Ediciones USTA. Bogotá.1997.
3. BENJUMEA, Flórez, Diego Fernando. Representación del adulto mayor en la franja prime time de los canales privados de Colombia (Caracol, RCN): Análisis de Contenido. Trabajo de grado de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo. Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga. 2010.
4. BONILLA. Elssy. RODRÍGUEZ. Penélope. La investigación en ciencias sociales: Más allá del dilema de los métodos. Norma. Bogotá. 1997
5. COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Colombia. 2009. Estudio realizado por la Asociación Colombiana para la Investigación de Medios-ACIM, en las 15 principales ciudades de Colombia, incluyendo sus áreas metropolitanas, con una muestra de 13.069 encuestas. Se hizo una entrevista personal en los hogares con la aplicación de un cuestionario estructurado a hombres y mujeres entre 12 y 69 años de los estratos 1 al 6.
6. COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN – Ipsos Napoleón Franco. La Gran Encuesta de la Televisión en Colombia. Marzo de 2008. Tomado de la Web.

7. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Proyecciones. Fecha de Consulta: 03. de Agosto. Tomado de: http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72.
8. DÍAZ. Ingrid. Una televisión educativa que incluya al adulto mayor. Noviembre 3 del 2010. Sitio Web: <http://porunatveducativa.wordpress.com/2010/11/03/una-tv-educativa-que-incluya-al-adulto-mayor/>
9. FUENZALIDA. Valerio. Expectativas educativas de la audiencia televisiva. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Editorial de Norma. Buenos Aires.
10. FUENZALIDA. Valerio. Televisión abierta y audiencia en América Latina. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Editorial Norma. 2002.
11. HERNÁNDEZ – SAMPIERI. Roberto. FERNÁNDEZ – COLLADO. Carlos. BAPTISTA. Pilar. Metodología de la investigación. Ediciones McGraw Hill. México. 2003.
12. HUERTAS BAILÉN. Amparo. La audiencia investigada. Editorial Gedisa. Barcelona. 2002.
13. JAUSET. Jordi. La investigación de audiencias en Televisión: Fundamentos estadísticos. Editorial Paidós. Barcelona. 2000.

14. LOZANO – RENDÓN. José Carlos. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Editorial Alhambra. México. 1997.
15. MÉNENDEZ GÓMEZ.P.I.[Online] Revista para dar a conocer el instituto poblano de la mujer. Tesis licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Fecha de consulta 03 de agosto 2012. Tomado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo3.pdf
16. MINISTERIO de Comunicación. Envejecimiento, comunicación y política. Colombia. Bogotá. 2000.
17. MORLEY. David. Televisión audiencias y estudios culturales. Edición Amorrortu. Buenos Aires. 1996.
18. NAGHI. Mohammad. Metodología de la investigación. Limusa. Noriega Editores. México. 2002
19. OROZCO. Guillermo. Historia de la televisión en América Latina. Editorial Gedisa. Barcelona. 2002.
20. PEREIRA. José Miguel. La comunicación un campo de conocimiento en construcción. Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia. Investigación y Desarrollo Vol13, N°2 (2005)
21. SANDOVAL. Carlos. Investigación cualitativa. Programa de especialización en teoría. Métodos y técnicas de investigación social. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES). Bogotá.1996

22. TAYLOR.S.J. BOGDAN.R. Introducción a los métodos cualitativos de la investigación. Paidós. 1987. Barcelona.

23. VILCHES. Lorenzo. La televisión: los efectos del bien y del mal. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona. 1996.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. MATRIZ DE LOS INSTRUMENTOS

1.1 MATRIZ DE LOS INSTRUMENTOS APLICADOS

 Universidad Pontificia Bolivariana	Encuesta de aplicación Número () Universidad Pontificia Bolivariana – Bucaramanga Facultad de Comunicación Social – Periodismo La siguiente encuesta busca indagar por las preferencias televisivas del adulto mayor, las siguientes preguntas fueron elaboradas en un ejercicio académico, los datos recolectados serán manejados con la mayor discreción y reserva posible por lo anterior le pedimos que las preguntas sean contestadas con sinceridad y con el respeto que merece. Para mayor ayuda tendrá un auxiliar de investigación que lo guiará y explicará las preguntas. Nombre: _____ Edad: _____ Dirección: _____ Género: F () M () Indique Su nivel de escolaridad: 1. Nivel Superior 2. Nivel Bachillerato 3. Nivel Primaria 4. Sin escolaridad
En el primer tópico se indagará por sus preferencias televisivas (canal, programa, formato) Número de preguntas 4 1- ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza en su hogar? a. Televisión b. Radio c. Prensa d. Internet e. Otro ¿Cuál? _____ 2 - ¿Qué canal es el que más ve? a. Caracol b. RCN c. Canal TRO d. Otros ¿Cuál? _____ 3. ¿Cuál es el programa que más ve? a. Muy buenos días b. Día a día c. El Café de la mañana	

- c. Noticias RCN
- d. Noticias Caracol
- e. Oriente Noticias
- f. Otro ¿Cuál? _____

4-¿Cuál es su formato favorito?

- a. Noticieros
- b. Telenovelas
- c. Magazines
- d. Realities Shows
- e. Otros ¿Cuál? _____

En el segundo tópico se indagará por horarios (Jornadas, número de veces) Número de preguntas 4

5- ¿Usted normalmente ve más televisión entre semana o los fines de Semana?

- a. De lunes a viernes
- b. Fines de semana

6- ¿Usted en que jornada ve más televisión?

- a. En la mañana
- b. En la Tarde
- c. En la noche

7- ¿De la jornada preferida cuántas horas dedica a ver televisión?

- a. De 1 a 3 horas
- b. De 3 a 5 horas
- c. Más de 5 horas

8- ¿Cuáles son las razones por las que usted prefiere un programa de televisión?

- a. Por el canal
- b. Por el horario
- c. Por su contenido
- d. Porque se lo han recomendado

En el tercer tópico usted encontrará preguntas en las cuales se indagará por su opinión al respecto de la televisión que usted elige y la que le gustaría ver Número de preguntas 3

9- ¿Ha cambiado la programación qué usted elegía hace 10 años a la de ahora?

- a. Si () b. No () Porque _____

10- ¿Acepta todo lo que le dicen en la televisión o se cuestiona frente a este medio?

- a. Si () b. No () Porque _____

11 - ¿Usted ve programas para la tercera edad en la televisión nacional?

- a. Si () b. No ()

12- ¿Cuál es el programa de televisión que más recuerda?

En el cuarto tópico se evaluarán las sugerencias que usted tenga para los realizadores de televisión en Colombia

13- ¿Usted está de acuerdo con la televisión que se está realizando en Colombia?

a. Si () b. () Porque _____

14-¿Qué cambios desea ver en la televisión actual?

- a. Que sea educativa
- b. Que tenga información
- c. Que se realice televisión para toda la familia
- d. Que hayan programas para los adultos mayores

15- ¿Tiene alguna sugerencia para los realizadores de televisión?

Entrevista semi estructurada

“Preferencias televisivas del adulto mayor en Bucaramanga en los canales Caracol, RCN y canal regional TRO”

Tabla 5. Matriz de las entrevistas semi estructuradas

Presentación: A continuación se realizarán preguntas en torno a la televisión y la preferencia de los programas que usted más visualiza

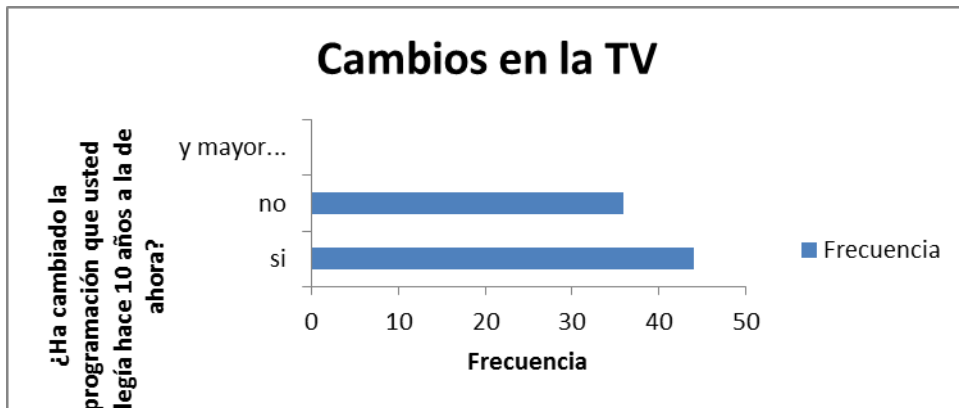
Temas

- Primera vez que usted vio televisión
- Televisión de antes a la de ahora
- Preferencia de los programas
- Programa que más recuerda
- Personaje que más recuerda
- Horas dedicadas a ver televisión
- Comentarios acerca de la televisión que se realiza actualmente en Colombia
- Sugerencias

ANEXO B. TABLAS DE ANÁLISIS

La televisión que nació con los adultos mayores ha cambiado según los encuestados ya que 45% de estos así lo respondió.

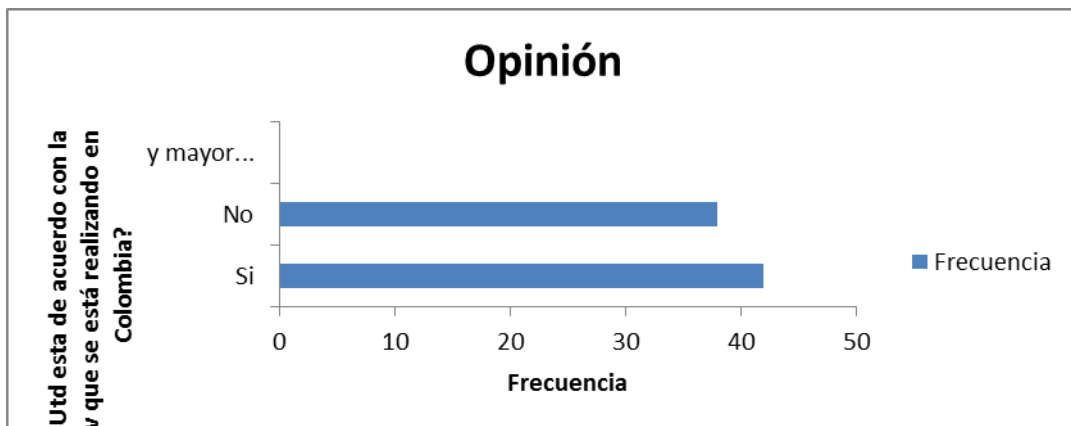
Figura13. Cambios en la TV



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

Los adultos mayores si estan de acuerdo con la televisión que se esta realizando actualmente en Colombia ya que el 40% afirmaban que los programas que se presentan en los canales Caracol, RCN y TRO cuentan con mejor tecnología.

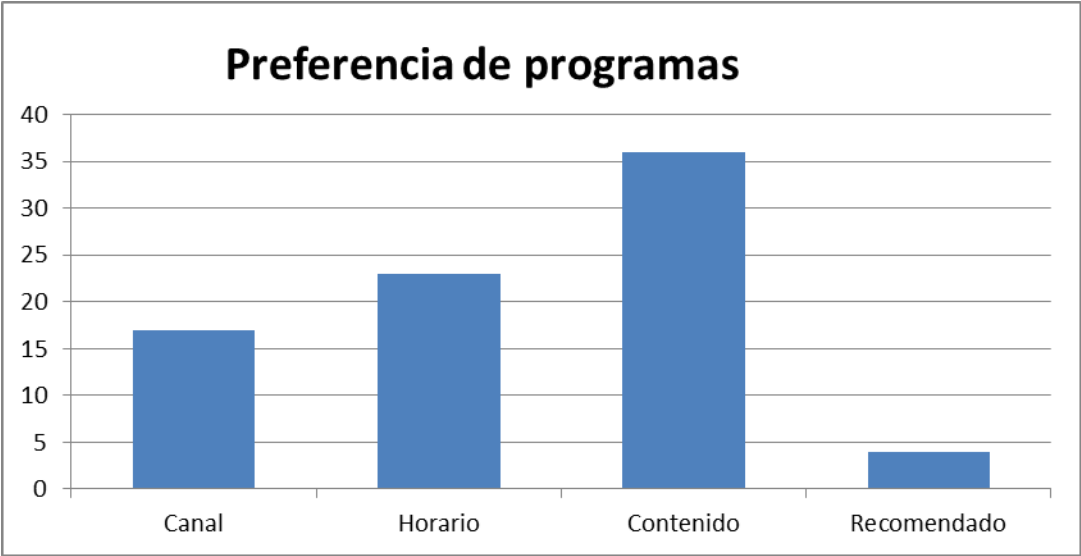
Figura 14. Opinión frente a la televisión que se realiza en Colombia



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

Los adultos mayores cuestionados indicaron que el principal motivo al escoger un programa de televisión es por el contenido con el 45%, posterior a esto 28% de los encuestados indicaron que el horario también es importante a la hora de elegir un programa de televisión.

Figura 15. Preferencia de programas



Nombre de la fuente: Cuestionario ejecutado

ANEXO C. FOTOGRAFÍAS INSTRUMENTOS APLICADOS



Fotografía 1. Aplicación del cuestionario Barrio San Francisco



Fotografía 2. Aplicación del cuestionario Barrio San Francisco



Fotografía 3. Grupo poblacional San francisco



Fotografía 3. Aplicación del instrumento Real de Minas



Fotografía 4. Aplicación del instrumento Real de Minas



Fotografía 5. Aplicación del Instrumento Barrio Girardot