

# UNA ESPAÑA QUE ENVEJECE

*Antonio Abellán García*  
*Adalberto Aguilar Baltar*  
*Francisco Barco Solleiro*  
*Gloria Fernández-Mayoralas*  
*José Luís Jordana Laguna*  
*Francisco Jurdao Arrones*  
*Nicolás Mallo Fernández*  
*Rafael Pineda Soria*  
*Florián Ramírez Izquierdo*  
*Angel Rodríguez Castedo*  
*Fermina Rojo Pérez*  
*José María Ruiz de Velasco*  
*Andrew Sixsmith*  
*Ana Vicente Merino*

SERIE: CURSOS DE VERANO

*Una España que envejece*  
primera edición, julio 1992.

- © de cada uno de los autores para sus artículos
- © de la presente edición:  
Universidad Hispanoamericana Santa María de la Rábida

ISBN: 84-80010-004-4

DL: GR 863/1992

Imprime: Gráficas Anel, S.A.  
Polígono Industrial Juncaril  
Albolote (Granada)

Queda rigurosamente prohibida sin la autorización escrita de los titulares del "Copyright", bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático y la distribución de ella mediante el alquiler o préstamo públicos.

## 9. LOS MAYORES Y LA RADIO

**Adalberto Aguilar Baltar**

### 1. LA RADIO ES EL MEDIO MAS ADECUADO PARA COMUNICAR CON LOS MAYORES.

#### *Audiencia millonaria.*

La llegada de las televisiones privadas, autonómicas y locales; la concesión paulatina de licencias de emisoras de radio en FM y la puesta en marcha de gran número de emisoras municipales y piratas modificaron la forma brusca el panorama audiovisual español, hará cosa de tres años. A pesar de la competencia de otros medios y de la lucha en su interior, la radio no ha visto mermada su audiencia ni su credibilidad. Casi 17 millones de españoles, según datos de fiar, andan a vueltas diariamente con el dial radiofónico. Diferentes profesionales de centros comerciales y de trabajo, taxistas, amas de casa y fieles oyentes siguen cotidianamente sus programas favoritos. Más de la mitad de la población (un 51,4%, si hemos de creer una encuesta realizada por el Instituto Dym en marzo 1990) piensa que la radio es el medio de comunicación que les merece mayor confianza; siguen muy detrás los periódicos, con un 36,6%; la televisión, con un 33% y, por último, las revistas, en quienes cree solamente el 18,1 de los españoles.

Según los más acreditados pesimistas, la televisión iba a relegar a la radio al desván de los trastos inútiles. No ha sido así. En el ancho mundo de los medios de comunicación, la radio se ha ido haciendo un hueco considerable y parece ser que lo tiene consolidado. Algo similar sucedió por los años 20, cuando parecía que el invento del señor Marconi, ése que me da de comer (muy espartanamente, por

---

*Adalberto Aguilar Baltar es periodista del Programa «El club de la vida», RNE.*

cierto), iba a ahogar a las publicaciones, arrebatándole sus lectores y su publicidad. Al igual que la prensa en esos años, la radio resistió.

### *La publicidad.*

Los responsables de las cadenas radiofónicas no pueden quejarse del número de oyentes (recordemos la cifra española: casi 17 millones). Y de hecho, no se quejan de ellos. Su miedo proviene, si acaso, de la publicidad, que es la fuente básica y exclusiva de la radio privada y buena parte de la pública. Desde 1989, la radio ocupa el último puesto en la lista de medios que sirven de soporte a la publicidad. La televisión, por supuesto, ocupa el primero; a pesar de ser la última de la fila, la radio ha experimentado en cifras globales una variación de crecimiento de más del 98% en diez años. Se invirtió en publicidad, durante 1989, en los distintos medios de comunicación. La bagatela de 856.000 millones de pesetas. La radiofonía muerde sólo un 8,4% de esa atractiva cantidad, pero la cifra es golosa: cerca de 72.000 millones.

### *Distribución de la radio en España.*

La radiodifusión española se encuentra representada por dos sectores: la radio pública y la privada. Las dos cuentan con una sólida implantación en nuestro país, una fuerte infraestructura, grandes inversiones técnicas y económicas, y una audiencia millonaria. El crecimiento de estos dos modelos de radio sigue caminos paralelos, aunque diferentes. La Administración pública española apuesta decididamente por este medio, en todas sus vertientes: estatal, autonómica y municipal.

El sector público controla actualmente unas 700 emisoras, de las cuales Radio Nacional de España gestiona 97 en Onda Media y unas 180 en Frecuencia Modulada, después de la desaparición de Radio 4. Las administraciones autonómicas aportan unas 400 en FM y se espera la incorporación de unas 1.100 emisoras más en FM, patrocinadas por los ayuntamientos y municipios, de las cuales se encuentran ya en funcionamiento 500.

Por su parte, el sector privado cuenta con unas 1.050 emisoras. Entre ellas destacan, en cuanto a número, las pertenecientes a la Cadena SER, integrada por 51 emisoras en Onda Media y 189 en Frecuencia Modulada; la COPE, con 45 en OM y 147 en FM; Onda Cero, con 6 en OM y 154 en FM, y Antena 3, propietaria de 115 emisoras de FM. Sumemos. Existen en España, AUTORIZADAS, un total de 199 emisoras de Onda Media y cerca de 2.300 de Frecuencia Modulada.

### *La radio que oyen los mayores.*

Pues bien, en un panorama radiofónico como el que acabo de exponer, los sondeos de audiencia parecen dejar claro que, por ahora, las personas de más de 45 años escuchan la radio de corte "tradicional". Como ese adjetivo de tradicional resulta demasiado inconcreto, digamos que, en España, ese tipo de radio se corresponde con los programas de las emisoras que emiten en onda media, en cadena, o las dos cosas al mismo tiempo. Es la radio que llega a todos los rincones del país, que dispone de unos servicios informativos bien estructurados y de una programación amplia y variada. Muchos de los programas son de tipo "magazine". Eso es jerga de los medios de comunicación, y quiere decir un programa largo, de dos o tres horas, vinculado a la actualidad, desde luego, pero sin esa urgencia algo obsesiva de los boletines informativos, en los cuales se asesina y atropella para dar una noticia de "sandwich" de varias capas, abiertos a todo tipo de cuestiones, y se alternan en ellos las gruesas rebanadas de pan de la palabra con algunas rodajas más finas de mortadela musical. Para dar ejemplos claros, el ha tiempo fenecido "Directo, Directo", de mi emisora, que creó Alejo García Ortega y siguió Julio César Iglesias; el "Protagonista" de Luis del Olmo, que también empezó en RNE y que su creador lleva de una antena a otra; el programa "Hoy por hoy", que hace en la SER Iñaki Gabilondo, son ejemplo de "magazine". Sus presentadores son muy conocidos (la radio española dispone de unos excelentes profesionales en el apartado de directores-presentadores) y, entre sus secciones, esos programas cuentan con alguna

donde al oyente de paso (y más al oyente fiel) le está permitido participar de alguna forma.

### *El oyente fiel.*

Hago un breve apunte, sobre el *oyente fiel*, porque muchas de sus características se dan entre las personas mayores. Es un oyente que dispone de tiempo libre para escuchar la radio; no está ahogado por sus obligaciones profesionales. No tiene ocasión de exponer sus problemas, y recibe como agua de mayo cualquier oportunidad que se le dé para hacerlo. Le encanta participar, suministra información sobre las cuestiones que se tratan en el programa y, muchas veces, proporciona temas de interés para el espacio y encuentra la pista correcta para conseguir lo que se busca. Llama, escribe, pone pegas, aconseja al programa. Es capaz, en fin, de “asesinar” al director de la emisora si *su* programa del alma desaparece de la programación. A veces (aunque en proporción muy baja) el oyente fiel se convierte en una lapa y puede ser francamente cargante.

### *La radio es barata.*

Nada hay que decir contra las pensiones pero con su importe no se puede permitir el pensionista demasiadas alegrías. Los jubilados españoles tienen que mirar con microscopio la pesetas y, salvo el exiguo tanto por ciento que es rico por su linaje o por su agudeza comercial, no pueden permitirse el lujo de andar instalando antenas parabólicas para ver los programas de emisoras extranjeras que, por otra parte, no entenderían. La televisión de “casa” es más accesible, pero, por motivos que detallaremos más adelante, las personas mayores no disfrutan del mando en plaza suficiente como para elegir la programación que más les agrada. Ni aunque haya en el avivienda más de un televisor.

En cambio, consideran que la radio es un medio barato para estar al tanto de lo que ocurre en el mundo y para procurarse distracción. Es también, considerado como electrodoméstico, un aparato cómodo y transportable. En las grandes ciudades se oye mucha radio en el



coche propio. En las ciudades pequeñas y en el campo, por el contrario, se escucha en casa. El receptor radiofónico hace allí un papel de compañía, sobre todo para la mujer y las personas mayores. Con el transistor en la mano, nuestro hombre o mujer es libre como una avejilla de los bosques. Puede deambular de la cocina a la sala, de la terraza al dormitorio, o colocarlo debajo de la almohada cuando el resto de la familia (que aún no sabe lo que es el insomnio) está durmiendo a pierna suelta. El transistor se lo puede llevar uno al campo y, si se es labrador o ganadero, actividades en las que la jubilación no adquiere ese carácter brutal y fronterizo que tiene en las actividades urbanas de la empresa y la administración, la radio se lleva en la cabina del tractor o atada a los varales del carro.

### *Los mayores de la España rural.*

En España tendemos, cada vez más, a pensar en el español medio como habitante de una ciudad. Pero la agricultura y la ganadería siguen siendo actividades imprescindibles en nuestro país (¿en cuál no?) y, aunque sea una perogrullada señalarlo, España está llena de pueblos. Esos pueblos constituyen, precisamente, uno de los frentes de batalla donde las personas mayores están perdiendo la guerra de su vejez. La correspondencia que recibimos en nuestro programa, *El Club de la Vida*, viene a ser un acta notarial de lo que acabo de decir. Los viejos de los pueblos españoles pertenecen todavía a esas generaciones que no tuvieron ninguna oportunidad para los estudios. Malamente saben leer; mucho menos se apañan a la hora de escribir. Su indefensión es casi absoluta, porque están alejados de los centros no sólo de poder, sino de información. Ya pueden llegar a las alcaldías de sus lugares todas las normas y folletos del universo mundo. Como el lenguaje de la política, el periodismo y la burocracia se está convirtiendo en un idioma que cada vez se parece menos al español, calculese lo que eso supone para los ancianos del campo: a ellos les suena a servo-croata. Las cartas que recibimos en nuestro programa nos demuestran que estas personas no están enteradas la mayoría de las veces ni de sus derechos más evidentes e inmediatos. ¿Quién va a explicárselos? ¿Quién va a convencerlos de que no son sobrantes de feria, ni tiestos

que se ponen y se quitan de la resolana, ni trastos que no se sabe dónde colocar?

*El locutor, un familiar.*

En estos momentos, no se puede tener una fe ciega en que los distintos niveles de la Administración dispongan del personal y del dinero necesario para llevar a cabo una campaña de mejora de esta situación. La radio puede echar ahí una mano importante. Para el oyente fiel el locutor de su programa favorito pasa a ser de la familia. Se establece así un modo de relación directo, cálido y personalizado, que es, a fin de cuentas, el más efectivo para la comunicación.

Por todo ello, puede admitirse como conclusión el título con que se encabezaba este apartado: *La radio es el medio más adecuado para comunicar con los mayores.*

## 2. LA RADIO ES EL MEDIO MAS ADECUADO PARA HABLAR SOBRE LOS MAYORES.

En apartado anterior hemos resaltado el hecho de que la radio es uno de los electrodomésticos preferidos por las personas de edad. También quedaba implícito (en esa cifra de 17 millones de oyentes) que el invento de Marconi lo oía mucha más gente, no sólo ellas: todos somos clientes suyos en mayor o menor grado. Como la situación en que se encuentran estas personas sólo puede ser corregida si la sociedad lega a darse completa cuenta de ella (para lo cual necesita la correspondiente llamada de atención), también la radio resulta el medio más apropiado para hablarle *a todo el mundo* acerca de *los viejos*. Mejorar la situación en que se hallan no se va a conseguir por decreto, por lo que era preciso lograr un profundo cambio de la mentalidad general. De modo paralelo, los mayores, para llegar convenientemente a la edad de jubilación, más que nada mental, tiene que empezar antes de que llegue la jubilación, con bastante adelanto el cumpleaños nº 65 (o 60, o 58).



A los mayores, *pero también* al resto de la sociedad, hay que explicarles una serie de cosas, algunas de las cuales ya se han expuesto en este libro. Resulta oportuno, sin embargo, recordar brevemente algunas cifras:

### *Algunos números.*

En el padrón de 1986 había 4.689.409 personas de más de 65 años. Ello supone el 12,2% de la población del país. De esa cifra, 2.788.437 eran mujeres y 1.900.972 hombres (es decir, las mujeres suponen casi el 60% de esa población mayor de 65 años y los hombres el 40). Pero aún hay más: en ese censo de 1986, el 5% de la población española, es decir, 1.911.214 personas, tenían más de 75 años. La previsión para este año, en cuanto a las personas de más de 65 años, era de un 13,2% de la población total. Para 1996, el porcentaje habrá crecido hasta el 14,28 y, en el año 2001, primero del tercer milenio, será de un 15,14.

Paralelamente, ha habido un espectacular aumento de la esperanza de vida. En el año de 1980, la esperanza de vida *a los 65 años* era de 80,1 años para los varones, 83,1 años para las mujeres, 81,7 años de media.

Dicho de otra forma, en 1980, un varón español, al cumplir los 65 años, tenía por delante, le quedaba por vivir, el 23,2% de lo ya vivido, casi un cuarto de su existencia. A una mujer le restaba el 27,9 más de un cuarto. ¿Qué significa esto? Significa que la llamada Tercera Edad empieza a ser casi más importante por su duración que por el número de las personas que pasan cada año a formar parte de ella. Y, considerando el caso particular de una persona mayor que se ajuste a esos datos estadísticos, *la tercera edad* es una parte larga de vida. Lo suficientemente larga como para que resulte ridículo y hasta ilícito dedicarla tan solo a tomar el sol, porque no hay otro remedio; a jugar a las cartas, porque no hay otra cosa que hacer; *a matar* el tiempo, cuando está claro que el tiempo, el tiempo inmóvil delante del cual vamos pasando las generaciones, está hecho para que lo vivamos.

Pero hay más. Está también el enorme cambio que se está produciendo en la duración de la actividad laboral de los españoles.

La edad de entrada en la actividad laboral (hablamos de España) era de 16,7 años en 1960 y 22 años en 1980. La edad de jubilación de la vida laboral era de 72,6 años en 1960 y 59,8 en 1980. Es decir, que la actividad laboral se ha reducido la friolera de algo más de 18 años durante los 20 que van de 1960 a 1980.

Vemos, pues, que la edad de jubilación se produce cada vez más pronto y la de fallecimiento cada vez más tarde. Pero la *jubilación*, en nuestro país, no es nada *jubilosa*. Jubilación y baja renta vienen a ser las dos caras de una misma moneda. Según los últimos datos oficiales, el 70% de los jubilados españoles percibe menos de 50.000 pesetas al mes. Y resulta que, según una encuesta lleva a cabo por el Centro de Investigaciones Sociológicas, las personas mayores necesitarían, al menos, 75.000 pesetas para vivir dignamente. Tras dedicar la mayoría de sus ingresos a cubrir los gastos de calefacción, alimentación y hogar... y muy poco a vestido y a transporte, a las personas mayores no les queda prácticamente nada para actividades de ocio. Las encuestas señalan también que los hogares en los que el cabeza de familia, o principal sustentador, tiene más de 65 años, figuran abundantemente en el grupo catalogado como "pobres". Pobres de solemnidad una veces; dentro de lo que se ha dado en llamar "umbral de la pobreza", otras. Una última pincelada para este cuadro...: la capacidad de desplazamiento, sobre todo en las grandes ciudades, es escasa para este sector de la población del que nos ocupamos. La mayoría reduce sus actividades fuera del hogar y sale únicamente lo necesario: para hacer compras, ir al médico y, a veces, visitar a un familiar.

Los apuntes que acabo de traer a colación, esas cifras y datos, son mayoritariamente desconocidas por los propios interesados, no digamos por el resto de la sociedad, para quien, *todavía*, no constituyen un problema, sino, en todo caso, algo *desagradable* sobre lo que no gusta demasiado pensar.

Si los españoles no tienen acceso a esos datos, si no tienen conciencia de ellos, ¿cómo van ni siquiera a imaginar que la serie de males que padecen puedan tener un tratamiento, y que habría, en muchos casos, una posibilidad de mejoría y una esperanza de cura? No se puede atajar una enfermedad sin saber qué enfermedad es.

### *La radio, otra vez.*

En el programa creemos que la radio es una de las herramientas más apropiadas para participar en esa labor de sanidad informativa. Es ideal para difundir entre los mayores el amplio temario de las cosas que deben saber. Para llevarles al convencimiento de que la llamada *tercera edad* es una etapa más, y larga, de vida; el hecho de que sea la última no es motivo ni para tirarla al cubo de la basura ni para limitarse a vegetar en ella.

Sin embargo, la radio, en general, no atiende demasiado a este colectivo. Le concede escaso relieve y poco espacio. ¿Por qué?

- Porque la vejez, en contra de lo que ha ocurrido en el pasado, no *viste*, no está de moda. Porque la consideramos fea. Porque nos asusta. Porque, como no sea en los anuncios de planes de pensiones que paga la Banca, no da buena imagen.

- Porque los mayores no tiene poder económico, en general. No son grandes consumidores. No han sido (ya empezarán a serlo, ya lo son en otros países desarrollados) un mercado que pueda despertar los intereses de las grandes firmas o de las multinacionales.

- Porque no son reivindicativos. No pueden hacer huelgas ni quieren manifestarse a cantazos para mejorar su situación. Su única fuerza es la del voto. *No son noticia*.

- Porque nuestra sociedad de pleno empleo ha muerto. Pero, en lugar de reconocerlo y estrujarse las meninges para encontrar otras soluciones, decimos que la jubilación es la cosa más normal del mundo, que es una mejora y una conquista social. Lo que no se dice es que esta situación es consecuencia de cómo han evolucionado las cosas. No se dice que los mayores han pagado los platos rotos y han dejado sus puestos para que los ocuparan otros más jóvenes; otros más jóvenes, con igual capacidad de voto pero seguramente con mayor potencia y puntería a la hora de los cantazos. Dentro de unos años (y no hay que ser profeta para mantener esta afirmación), cuando hayan muchos menos jóvenes, se defenderán otras políticas de empleo, diametralmente opuestas a las actuales. ¡Si hasta la OIT ha admitido

que no hay país que pueda prescindir del capital laboral de sus mayores! Se defenderán otras políticas de empleo, sí. Se están haciendo ya. Revisión de la edad de jubilación. Llamada al trabajo a personal jubilado; por ejemplo, para conducir autobuses. Pues bien, cuando esto sea norma general, también se dirá que es un “logro social”.

### *Un cliché.*

Por eso, hoy, para la radio, para los medios de comunicación, el jubilado es ese cromó del abuelo con bastón, boina y cigarillo en los labios, que toma el sol, en silencio, en el banco de una plaza. O el que mata el tiempo (literalmente) jugando al dominó o a las cartas. A veces, la excepción anecdótica: “¡La abuela rockera!” O la noticia tremendista: “¡Anciano pistolero y parricida!” No me las invento, están sacadas de la prensa, como este suelto de mediados de julio-91, de la agencia Efe, aparecido en un diario de Madrid:

“Un hombre falleció ayer noche al recibir cinco disparos efectuados por un vecino suyo, *jubilado*, en el portal de la finca número 36 de la calle de Hilarión eslava, en el madrileño barrio de Argüelles. El homicidio fue perpetrado alrededor de las diez de la noche por el *jubilado*, que mantenía varias querellas con la víctima y que previamente había amenazado a varios vecinos de la finca, entre ellos a una niña, según informaron varios vecinos de la zona”.

Del homicida se señala, y dos veces, que era jubilado. De la víctima, que por el hecho de ser víctima debía de ser una excelente persona, y de los vecinos, que por el hecho de serlo son todos hombres honrados, como Bruto, nada se indica: los malos son los jubilados, y punto.

Esa es la norma. Haga una muestra de las noticias acerca de las personas mayores, y acabarán dándome la razón: o el cliché del abuelo lagarteano al solecito de una plaza, o la noticia estridente. (La radio, claro está, también cae en esos tópicos, y el resultado final es que los mayores acaban convencidos de ser cierto todo lo negativo que se ofrece de ellos).



Va siendo ya el momento de decir: *hasta aquí llegaron las aguas*. Es urgente que los medios de comunicación presten la atención debida (la debida, recalco, no la anecdótica) a los mayores. Y yo definiendo a la radio como el más adecuado para insistir una y otra vez, machaconamente, en que la vejez es una etapa más de la vida, con sus pros y sus contras, con sus limitaciones y posibilidades; pero no, por supuesto, una enfermedad.

Miremos hacia los otros medios. El tiempo que las actuales televisiones españolas podrían dedicar a la tercera edad, tal como están programadas, sería insuficiente a todas luces. Algún debate esporádico sobre el asunto, y pare usted de contar. No existe en España esa televisión especializada, por cable o satélite, que pudiera dedicarse, con la regularidad debida, a dar servicio a ese sector de la población. Por otra parte, un programa sobre los "abuelos" sería protestado por el resto de la familia, y los mayores suelen ceder ese derecho, el de ver en la *tele* lo que les apetezca, aunque haya más de un televisor en casa. ¿Y la prensa? ¿Y los libros? Un estudio realizado a principios de año por el grupo Metis para el Ministerio de Cultura indica que el 42% de los mayores de 18 años *no lee nunca*; el 63% no compró *ningún libro* durante 1990. El porcentaje de lectores de periódicos es muy bajo; la distribución de esos periódicos en el medio rural, inexistente; el precio, en comparación a los otros medios, prohibido: 2.500 pesetas al mes, para ciudadanos con pensiones de chiste, resultan ser muchas pesetas. Y, además en 1986, el 47% de los analfabetos españoles eran personas mayores, el 36% de ellas, mujeres de más de 65 años.

Así que... la radio. Es el medio más efectivo para destacar lo mucho y bueno que los mayores pueden aportar a nuestra sociedad: experiencia y conocimientos, como toda esa cultura popular que está en trance de desaparición y que sólo echaremos de menos cuando ya sea imposible recobrarla. A través de la radio se debe aclarar una y otra vez que uno puede verse obligado a jubilarse de su trabajo, pero nunca de la vida. Y explicarles a ellos que constituyen un sector de la sociedad española cuyo poder político y económico será mayor cada año (ahora mismo constituyen el 17% de los votos). Es de esperar que



los mayores sean cada vez más conscientes de ese poder, que es el único que puede permitirles salir de su marginación. Los medios se verán obligados a prestarles una creciente atención y a desplegar una buena dosis de ideas renovadoras, por el hecho evidente de que, cada vez más, una parte importante de su audiencia estará compuesto por ellos.

### 3. LA RADIO ES EL MEDIO MAS ADECUADO PARA QUE LOS MAYORES PARTICIPEN DIRECTAMENTE EN LAS CUESTIONES QUE LES AFECTAN.

#### *Los problemas existen.*

Las pensiones españolas necesitan un enérgico *lifting*, un estirado monumental, y que esas y otras demandas de la llamada tercera edad no va a concederlas el cielo graciosamente. El que haya mayores en posición mental y físicamente desahogada no debe ocultar el alto porcentaje de problemas que acecha a la mayoría. Y quizá la necesidad más perentoria al respecto sea la de modificar la raíz la mentalidad que de los mayores tienen la sociedad española y *ellos mismos*. Por suerte, esas personas van a estar cada día menos dispuestas a ser consideradas como algo marginal, molesto y oneroso. La información que les va llegando sobre los derechos y la situación de la tercera edad en los países de nuestro entorno (los de la Comunidad Europea, concretamente) van a crear muchos agravios comparativos entre los jubilados españoles, que irán notando también la importancia de su número. Ese número los convierte en potenciales fuentes de ingreso para el comercio y la banca, y no creo que ni la banca ni el comercio rehusen sacar provecho de ese filón. Surgirá un mecanismo de realimentación por el cual las personas mayores se irán apercibiendo de su importancia y exigiendo que se las trate con el respeto que se merecen.

Sin embargo, seguirá existiendo el problema de la desorientación. No se sale del *ghetto* fácilmente, ni se rompen los clichés de la sociedad de la noche a la mañana. ¿Qué vacuna de choque es la mejor

para cambiar esos clichés? Una vacuna doble: la de la información, primero; la de la participación, después. ¿Y la jeringuilla que inyecte esa vacuna?: ¡la radio! Es algo que se intentó dejar claro en el apartado anterior.

### *Asalto a la radio.*

En España, las emisoras de radio se distribuyen en distintos niveles de audiencia, que van desde las modestas (pero no desdeñables) estaciones locales, hasta las cadenas nacionales, dejando entre medias a las comarcales y autonómicas.

Así, las emisoras reflejan cotidianamente la vida que se desarrolla en sus respectivas áreas de influencia, abordan problemas de sobra conocidos por todos los oyentes de ese entorno y éstos pueden usarlas para buscar o exigir soluciones concretas a esos problemas. Las relaciones más inmediatas y productivas se dan siempre en el plano local. Cuanto más reducida sea el área de actuación de la emisora, más posibilidades hay de intervenir directamente. De modo que, aunque lo que se diga a continuación pueda extrapolarse a las emisoras autonómicas y nacionales, vamos a referirnos sobre todo a las municipales y comarcales.

Lo primero que deberían averiguar las personas mayores de una localidad son las actividades comunitarias en las que quieren o pueden participar. Partamos de la base de que se han organizado en algún tipo de asociación, porque ésta es la única forma de lograr algo positivo; las acciones individuales (que tampoco hay que descartar radicalmente) no suelen ir más allá del mero testimonio. Refiriéndonos concretamente a la radio, se trata de ver qué programas hay en la emisora que les sean de interés. ¡Pero cuidado! Es de sentido común que no deben limitarse a intervenir sólo en las cuestiones específicas de la tercera edad: esa -llamémola así- *especialización* los mantendría encerrados en su *ghetto* (ése del que quieren salir). La normalización de esas personas, el que sus vecinos y ellos mismos lleguen al convencimiento de que son unos ciudadanos exactamente igual que los demás, las obliga a intervenir por igual en *todos* los temas locales.

ya estén referidos a los hogares de pensionistas, a las guarderías infantiles, a la instalación de una antena parabólica, a los problemas del agua corriente o a la conveniencia o no de construir una plaza de toros.

### *Modos de participación.*

Pero vayamos por pasos y analicemos las posibles respuestas a esta pregunta: *¿tiene la emisora un programa dedicado a los mayores?*

A) Lo tiene. En cuyo caso (y esta es una afirmación que me dicta la experiencia) ese programa es manifiestamente mejorable.

Por eso, los oyentes deben escucharlo con un gran sentido crítico. Habrán de exigir que esté hecho con respeto, sin irónico paternalismo, sin que el locutor se dirija a los mayores con esa voz entre acaramelada y subnormal que suelen poner los padres cuando le dan el biberón a su bebé. Esa voz le encanta al bebé, pero, no a un jubilado, [«¿Qué, tomando el sol, abuelo? ¿Y mirando a las mozas, eh, picarán?»] ¡Eso no hay que admitirlo de ningún modo!] Los mayores son (y así tiene que ser reconocidos) ciudadanos de pleno derecho, y no menores de edad.

Por teléfono, por carta, directamente a los responsables (puesto que hablamos de localidades o comarcas donde la gente se conoce y trata de forma cotidiana), el oyente debe opinar, protestar y sugerir las mejoras que podrían introducirse en el espacio radiofónico. Estas opiniones habrán de ser especialmente riguroso si la emisora que produce ese programa es de titularidad pública. Buena cosa es, también, difundir su existencia de viva voz, o en los boletines y publicaciones de que se disponga.

Puede también ofrecerse la propia participación, de forma individual o colectiva. En el ámbito local de que estamos hablando, se puede aportar todo tipo de información a la que la emisora, por falta de medios, no tiene acceso. Ese tiempo libre que, por decreto, le han entregado al honesto jubilado, puede usarlo para ser cronista de su pueblo o de su ciudad. [«El Parque está descuidado; en la calle tal hay

tantas farolas rotas; la curva X de la carretera Z no está debidamente señalizada; es una cochinateda cambiar el aceite a los coches en la alameda del río, etc., etc., etc.». Participación, ese es el concepto en el que debe insistirse. Las personas mayores deben usar el medio radiofónico para demostrar que son y ejercen como ciudadanos de pleno derecho; para dejar bien claro que son personas vivas y activas. Con esa actitud estarán contribuyendo al cambio de mentalidad a que nos referíamos antes. Y estarán también, con la difusión de esa actitud, sirviendo de estímulo y acicate a otras personas necesitadas de ejemplo.

B) La emisora en cuestión no tiene un programa específico dedicado a las personas mayores. Aquí caben, en principio, tres posturas:

La primera, dejar las cosas como están y participar (eso sí: participar, participar y participar) en la programación que se ofrece, si no se ve la necesidad de variarla.

La segunda, presionar a los responsables de la emisora para que se avengan a crear uno. Teléfono, cartas, comentarios directos en la calle o en la tertulia (no olvidemos, repito, que se habla de pueblos o ciudades pequeñas) pueden ser suficientes para hacerlo realidad. Y, una vez conseguido, estamos en el apartado A y...“síganse las instrucciones del manual”.

La tercera posibilidad es mucho más atrayente, creativa y divertida: «¿Así que no hay programa? ¡Pues hagamos uno nosotros mismos! »

¿Por qué no? Seguro que se puede “engañar” a algún profesional de la radio para que acceda a echar una mano y dar algunas ideas gratis. Si se prepara es que la dirección de la emisora no ponga muchas pegas a la idea.

Veamos, de forma esquemática, los pasos que habría que dar para ponerlo en pie.

1. Antes de nada, considerar las necesidades de programación de la propia emisora. [Es casi seguro que un monográfico sobre la



minería del estaño no interese para nada en una comarca agrícola famosa por sus productos de huerta].

2. Tomar buena nota de las propias limitaciones: falta de experiencia, dificultades para consultar la documentación necesaria, carencia de medios técnicos y de transporte, etc.

3. Decidir si será un programa en directo, o grabado y montado antes de su emisión. La segunda fórmula es claramente la más recomendable para unos aficionados: no saben ustedes lo soso y deslavazado que puede resultar un programa en directo si no se lleva controlado con riendas de acero.

4. Tener claro el objetivo. Saber qué clase de programa se pretende sacar en antena. No es obligatorio que un espacio hecho por personas mayores tenga que estar dedicado a la tercera edad. Puede haber un buen número de cuestiones locales cuya difusión les parezca a esas personas más interesantes que sus propios problemas.

5. Tener claro quién va a ser el destinatario del programa y cuáles son sus características. No es lo mismo dirigirse a una audiencia infantil que a una de las personas mayores. El destinatario va a determinar, en definitiva, cuestiones tales como:

- La hora de emisión.

- La duración.

- La periodicidad si será diario, alterno, semanal, etc.

- El contenido. Uno de los apartados de este asador radiofónico sobre el que habrá que echar más carne. El acierto en el contenido supone un porcentaje altísimo, lógicamente, en el éxito final del programa.

- El lenguaje, que tiene que ser el habitual del destinatario a quien se intenta interesar en el proyecto. [Resultaría cuanto menos insólito, en un programa religioso, preguntar: «Titis, ¿os mola la comunión?»] Por norma general, hay que huir como si de la peste fuera de cualquier tonillo paternalista.

- La música. A los oyentes de nuestro Club de la Vida, por ejemplo, no les interesa para nada el rock duro; Conchita Piquer o



Antonio Molina, en cambio, aparecen siempre en los lugares de nuestro particular “*hit-parade*”. También hay que tener en cuenta, en este apartado, la proporción deseable entre música y palabra: no conviene enterrar al radioescucha bajo toneladas de bla-bla-bla, pero tampoco convertir el programa en el *hilo musical*.

6. La participación del oyente. Pensar si interesa que haya alguna sección de consultas (por teléfono, por carta, grabadas en un contestador, etc.)

Una fase posterior consiste en elegir a los embajadores mejor capacitados para presentar a la criatura en la emisora correspondiente. Si la embajada ha conseguido algún patrocinador publicitario, miel sobre hojuelas. Si no, habrá que buscar los tradicionales métodos para *vender o colocar* el producto.

Si la emisora decide apadrinar el programa, es recomendable llevarlo a la práctica con enormes dosis de ilusión y humildad, sin olvidar la meta: conseguir que los mayores sean miembros activos de la comunidad de la que forman parte. Las críticas de los oyentes (incluso las malintencionadas, que no faltarán) serán el mejor volante para llevarlo encarrilado. Y las propias contribuirán a que vaya por esos carriles con la velocidad adecuada. La paciencia también es una virtud aconsejable, para lograr que el programa sea, cada día, reflejo de la realidad cotidiana del lugar. Ser objetivos hasta la enfermedad y no contar mentiras son las últimas recomendaciones que se me ocurren.

Lo dicho hasta aquí, con las diferencias, correcciones, aumentos o recortes que pidan las circunstancias, puede aplicarse también a las emisoras que abarcan un espacio geográfico mayor. No hay que olvidar que sobran los temas de interés general, y que la participación como oyentes en los espacios de las grandes cadenas (ya sean públicas o privadas) se puede llevar a cabo con los mismos medios usados para relacionarse con las emisoras locales y comarcales: la escritura y la palabra.

### *Final.*

Para terminar, señalemos que existe una eterna discusión sobre si tiene que haber o no espacios especiales para las personas mayores. Hay quienes consideran que eso sería un reconocimiento implícito de la marginación de ese sector de la población, y que sus problemas, en todo casi, deberían tratarse en los programas de carácter general.

La discusión es bizantina, porque resulta que en los programas de carácter general, los mayores, sencillamente, no están; y si lo están es de modo escandaloso, en noticias del tipo de las citadas, o en las de ese culebrón anual y veraniego que afirma que los ancianos, en época de vacaciones, son masivamente abandonados por sus parientes en la casa familiar o reclusos en asilos y residencias. No hemos podido nunca documentar, de forma fiable, ese abandono estacional, pero ahí está el titular periodístico, puntualmente, sin faltar a la cita ni un solo verano.

He evitado detallar los contenidos de mi programa, El Club de la Vida, no vaya a pensarse que practico la publicidad gratuita y descortés. Los que lo hacemos estamos seriamente convencidos de que espacios como él deben existir. Yo, particularmente, tengo a su favor un argumento breve, la carta de un oyente de Madrideojos, en la provincia de Toledo, y dice así:

«Señora directora del Club de la Vida:

Soy un jubilado adicto a su programa, hasta el punto de decirle que las horas que se me hacen más cortas son, de siete a ocho de la mañana, los sábados y domingos. Es un programa que, además de disfrutar oyéndolo, me ha ayudado mucho. Por medio de él he disfrutado de balnearios, de vacaciones de invierno y de otros beneficios.

Me dio la idea, y he organizado una asociación de jubilados de más de trescientos cincuenta socios, en la cual ustedes me orientan mucho y me dan muchas iniciativas [...]. Les doy las gracias por los servicios que están prestando a la tercera edad. Es una lástima que no lo hicieran media hora más largo, para poder preguntar por teléfono directamente.

Les saluda atentamente:

Félix Cobo Mariblanca.»

Ese es el argumento a favor, y es suficiente.

APENDICE 1.

*Programas radiofónicos para mayores.*

*R.N.E. - MADRID.*

Programa "El Club de la Vida". Se emite sábados y domingos, de 7 a 8 de la mañana, a través de Radio 1 y Radio 5.

Está específicamente dedicado a las personas mayores, que en octubre de 1991 cumple tres años de emisión.

*R.N.E. - TOLEDO.*

Emite una tertulia semanal, en la que un grupo de personas mayores comenta los acontecimientos más destacados de la vida nacional o internacional.

*C.O.P.E. -MADRID.*

Programa "Juntos en la Noche". Se emite de lunes a viernes, de 3 a 6 de la madrugada. Los miércoles dedica una hora -de 4 a 5- a las personas mayores.

*C.O.P.E. -LUGO.*

Programa "Cerca de ti". Se emite en lunes alternos, a las 9 de la mañana, en FM. Para mayores específicamente.

*S.E.R.*

Programa "Hoy por Hoy". Se emite de lunes a viernes. Tiene una sección titulada "La Gran Experiencia". Dirigida a los niños y sus colegios. Forman equipos y escriben al programa para indicar cómo, en su opinión, se puede aprovechar la experiencia de los mayores.

*S.E.R.*

Programa Sesión de Tarde. Los jueves dedica una hora a las personas mayores, en una sección llamada "Sólo para mayores".

(Nota: éstos son datos del mes de mayo de 1991. Es posible que haya habido cambios. En algunas emisoras locales o municipales, colectivos de mayores realizan directamente algún que otro espacio de corta duración, sobre cuestiones concretas relacionadas con los mayores, y dirigido expresamente a las personas de edad del área de influencia de cada emisora.)

## APENDICE 2.

*Secciones del programa "El Club de la Vida".*

*Buzón de reclamaciones.*

Los oyentes plantean problemas legales que les afectan, relacionados, sobre todo, con sus pensiones y viviendas. Fernando Rodríguez, un miembro del equipo que es abogado, resuelve las que son de pura información legal. También entrevista a los cargos públicos que tienen relación directa con esos problemas que se plantean.

*Mayores activos.*

Una serie de entrevistas con personas mayores, populares y conocidas de los oyentes, que se mantiene en actividad a pesar de sus años (políticos, artistas, deportistas, etc.).

### *Agenda para mayores.*

Noticias muy variadas de interés para los oyentes: puede tratarse de las tarifas especiales que ofrecen a los mayores Iberia, Renfe, Telefónica, etc.; o de hoteles y centros de vacaciones donde se les hagan precios interesantes; o de agencias de viaje que tengan para ellos alguna oferta ventajosa.

### *Leído en...*

Recensiones de aquellos artículos o noticias que tengan relación con las personas mayores.

### *Entre amigos.*

También podría llamarse *Cajón de sastre*, porque, por medio de esta sección, los oyentes piden al resto de la audiencia las cosas más insólitas por las que están interesados. Quizá lo más insólito sea que, normalmente, siempre haya respuesta positiva. (Se solicitan libros agotados, versos, publicaciones, cromos, sellos, postales de vírgenes y santos, discos de 78 r.p.m., herramientas, relojes usados... y un largo etcétera de lo más variopinto.

### *Qué sabe usted sobre...*

Divulgación de cuestiones varias que puedan ser de interés para las personas de edad.

### *Estar en forma.*

Ejercicios y actividades físicas que sirvan a los mayores para conservarse ágiles y sanos.

### *Comer bien.*

Consejos médicos sobre dietética y alimentación apropiada.



### *Las otras medicinas.*

Divulgación sobre medicinas alternativas, *evitando radicalmente* la más mínima relación con curanderos.

### *Los dichos.*

Sección dedicada al origen de las frases populares, al refranero o al lenguaje en general.

### *El cuento del Abuelo.*

Concurso anual de relatos cortos, de tema infantil, en el que pueden participar todos los mayores de 60 años que *osen*. Y osan muchos.

### *Las otras músicas.*

Clásicas, populares, vocales, instrumentales, serias, extravagantes... pero que puedan interesar y entretener al respetable.

(NOTA: La periodicidad de estas secciones es variable. Algunas otras no se han señalado aquí por ser realmente esporádicas).