

## **CV DE M<sup>a</sup> CRISTINA OLARTE PASCUAL Y RESUMEN DE LA INTERVENCIÓN SOBRE 'LAS PERSONAS DE EDAD FRENTE A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA PUBLICIDAD'**

**Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales (Sección Empresariales)** por la Universidad Complutense de Madrid:

**Premio a la mejor Tesis Doctoral** leída en el área de Marketing durante el curso 95/96.

**Premio Extraordinario de Doctorado** de la Facultad de CC. EE. y EE. de la Universidad Complutense de Madrid.

**Licenciada en Ciencias de la Información, sección Publicidad y Relaciones Públicas** por la Universidad Complutense de Madrid, Junio de 1990.

### **Libros:**

- PRINCIPIOS DE MARKETING, (2ª Edición, 2006; 1ª Edición, 1997, Esic Editorial.)
- MARKETING EDITORIAL: MERCADOS Y ESTRATEGIAS, (1998, K.R. Editores).

### **Artículos:**

Numerosos artículos sobre comunicación, imagen y comportamiento en revistas científicas nacionales e internacionales.

Aproximadamente 16.800 millones de euros se dedican actualmente a publicidad a través de los distintos medios de comunicación. Este hecho se traduce en una media semanal de unos 700 impactos sobre cada adulto español. Estos datos colocan a España en el tercer puesto del ranking mundial de saturación publicitaria, por detrás de Estados Unidos e Indonesia con 789 y 728 anuncios respectivamente. La comunicación es uno de los principales factores que rige la vida de las sociedades modernas, condiciona su progreso y determina, en muchos casos, las condiciones económicas, políticas, sociales e incluso tecnológicas.

Uno de los principales segmentos de audiencia se encuentra actualmente en

las personas mayores de 65 años. Existe una relación activa entre los medios de comunicación y las personas de edad. El medio más importante para este segmento es la **televisión** ya que más del 90% de los individuos mayores de 65 años dedican **5,1 horas de media diaria** a ver la televisión. El tiempo medio de la sociedad española frente al televisor es de 3,6 horas. Este hecho pone de manifiesto que existe un vínculo real entre las personas de edad, la televisión y sus hábitos que resulta preciso analizar ya que es un medio con gran influencia en los comportamientos. La publicidad y la comunicación comercial forma parte de los contenidos de los programas afectando a las audiencias.

Para analizar la participación del receptor mayor en el proceso de comunicación de las organizaciones, se toman como referencia dos teorías o tendencias opuestas que centran sus argumentos en el análisis de los efectos de los medios de comunicación, principalmente masivos, en función de la actitud que suscitan en el receptor del mensaje.

- El primer enfoque supone que los mensajes actúan sobre un **receptor pasivo**, que los asimila de modo no crítico.
- El segundo, sostiene que el **receptor es activo** y se comporta de acuerdo con mecanismos principalmente racionales y motivacionales. Este receptor activo actúa de manera selectiva en busca de los contenidos que le permitan satisfacer ciertas necesidades, manteniéndose crítico frente al mensaje y siendo capaz de diferenciar lo real de aquello que ha sido creado por los emisores.

En la sesión presenta las preferencias de los mayores frente a los medios denominados convencionales (prensa, radio, televisión e Internet) y se reflexiona sobre el peculiar comportamiento que tienen las personas de edad en sus audiencias frente a la población en general.

## CV DE FRANCISCO ASTIAZARÁN ECHEVARRÍA Y RESUMEN DE LA INTERVENCIÓN 'ENVEJECIMIENTO SALUDABLE Y HÁBITOS DE VIDA'

- Licenciado en Medicina y Cirugía por la Universidad de Zaragoza.
- MIR de Medicina Interna del Hospital San Millán de Logroño.
- Médico Especialista en Neurología.
- Médico Especialista en Neurofisiología Clínica.

### EXPERIENCIA LABORAL

Médico Adjunto de la Sección de Neurofisiología Clínica del Hospital de San Millán de Logroño

Facultativo especialista de Área del Servicio de Neurología del Hospital San Pedro de Logroño

Tutor de Médicos Interno-Residentes (MIR) Especialidad Medicina Familiar

Tutor de Médicos Residentes de Neurología

### PUBLICACIONES

- Infarto protubenrancial en mujer joven visualizado por Resonancia Magnética Nuclear.
- Meningitis bacteriana. Presentación de 42 casos.
- Meningitis por Escherichia Coli en adultos. A propósito de 2 casos.
- Tuberculoma cerebral.
- Otras.

Existe una mayor dificultad en el tratamiento médico de los pacientes ancianos debido a la variedad de patologías que acumulan y también, en gran medida, a la cantidad de fármacos que se utilizan para el tratamiento de las mismas y si bien de los fármacos se obtienen beneficios para la salud, también, presentan efectos adversos que recaen en personas con menor capacidad de amortiguación conforme envejecen, además, los efectos se multiplican si los fármacos se utilizan combinados, en régimen de polifarmacia ya que interactúan entre sí.- Por estas razones la prevalencia

de las enfermedades iatrógenas es decir, aquellas que se derivan de los efectos adversos de los procedimientos terapéuticos, son cada vez mas prevalentes.

- En diversas estadísticas, la atención en urgencias derivada de los efectos iatrógenos, se sitúa entre el 5 y el 10%.

- Por otro lado, si bien es verdad que en nuestra sociedad existe un mayor conocimiento de las ventajas y los perjuicios para la salud de determinados hábitos como el ejercicio físico, alimentarios, etc... estos recursos, están infrautilizados o lo que es peor mal utilizados como las dietas milagrosas.

- Mi objetivo es, incidir en la sobreutilización de los recursos farmacológicos con efectos que empeoran la salud de las personas y los beneficios derivados de la modificación del estilo de vida.