



EXPOSICIÓN: LOS ADULTOS MAYORES EN LOS MEDIOS

**ASOCIACIÓN DE MÉDICOS JUBILADOS
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

JORNADAS

IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA LONGEVIDAD

MESA

**IMPLICANCIAS ECONÓMICAS, BIOLÓGICAS
Y SOCIALES DE LA LONGEVIDAD**

EXPOSICIÓN

Los Adultos Mayores en los Medios de Comunicación.

Mar del Plata, 22 de setiembre de 2014.

NATALIA MUÑIZ



Lic. en Periodismo, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Curso Postgrado Gerontología Social, Escuela de Ciencias del Envejecimiento, Universidad Maimónides.

Redactora especializada de Diario Popular. La Comunicación en la Revolución Demográfica.

El envejecimiento de la sociedad es un hecho. Cada vez más personas llegan a la vejez y a la vez son septuagenarias, octogenarias, nonagenarias, centenarias. Este fenómeno no es nuevo, por más que muchas veces se lo siga negando o se lo invisibilice. Y se profundizará en las próximas décadas.

Datos del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA, por sus siglas en inglés) y de la Fundación

HelpAge International indican que a nivel mundial:

En el año 2000, las personas mayores de 60 años superaban a las menores de 5 años.

Para 2050 se proyecta que por primera vez las personas mayores de 60 años superen a las menores de 15 años.

En 2012, las personas adultas mayores representaban el 11,5% del total de la población.

En 2050, las personas adultas mayores constituirán el 22% del total de la población.

En el periodo 2010-2015, la esperanza de vida es de 78 años en los países desarrollados y de 68 años en las regiones en desarrollo.

Hacia 2045-2050, la esperanza de vida se incrementará a 83 años en las regiones desarrolladas y 74 años en las regiones en desarrollo.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) presenta la siguiente estadística para la región:

En 1990, las personas de 60 años y más representaban el 7,3% del total de la población.

En 2010 eran el 9,8% del total de la población.

En 2030 (en 16 años) constituirán el 16,7%.

En 2050 (en 36 años) serán el 25,1%. En Argentina, desde la década del 70' se evidencia una sociedad envejecida y un aumento sostenido tanto en la base como en la cúspide de la pirámide poblacional.

Los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) demuestran:

El país se encuentra en una etapa de envejecimiento avanzada.

En 2010, el 10,2% de la población tenía 65 años y más; el 14,3%, 60 años y más.

Las proyecciones indican que para el 2040 (en 26 años) las personas mayores de 60 años representarán el 20,6% del total de la población.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), el 15,7% de la población tiene 65 años y más; el 21,7%, 60 años y más.

En el interior de la provincia bonaerense, el 11,5% de la población tiene 65 años y más; el 16,4%, 60 años y más. En el Gran Buenos Aires, el 9,8% de la población tiene 65 años y más; el 14,1%, 60 años y más.

En la provincia de Santa Fe, el 11,1% de la población tiene 65 años y más; el 16,1%, 60 años y más.

En La Pampa, el 10,9% de la población tiene 65 años y más; el 15,6%, 60 años y más.

En Córdoba, el 10,8% de la población tiene 65 años y más; el 15,5%, 60 años y más.

Este proceso demográfico, lo vemos, lo palpamos, lo vivimos cotidianamente. **¿Dónde?** En la calle, en las organizaciones no gubernamentales, en los clubes y sociedades de fomento, en los centros y asociaciones de jubilados y pensionados, en las universidades de tercer edad. En los gremios y partidos políticos **¿o acaso los políticos no envejecen?** En el trabajo, en el barrio, en la familia.

¿El envejecimiento de la sociedad es un triunfo? Sí, claro, un logro producto de los avances tecnológicos, científicos, medicinales, sociales, educativos, entre otros.

Pero para considerarlo y percibirlo realmente como un triunfo es necesario que cada uno de nosotros trabaje desde su ámbito -en la política, economía, salud, educación, los medios de comunicación, en la familia- en los múltiples desafíos y en las oportunidades que se presentan.

Uno de esos desafíos, cuyos resultados nos ampliaría el panorama de oportunidades, es derrumbar los prejuicios y estereotipos negativos que empañan los términos envejecimiento, vejez, viejos, viejas, al asociarlos erróneamente con enfermedad, deterioro e improductividad.

Cada sociedad adopta su visión del mundo y sus modelos de belleza y fealdad, masculinidad y femineidad, de niñez, juventud, adultez y también de vejez, entre otros.

Con la revolución demográfica somos partícipes de nuevos modelos de vejez –o vejezes porque cada uno es consecuencia de sus determinantes, riesgos, decisiones a lo largo de la vida-: **adultas y adultos mayores activos, saludables, con proyectos culturales, educativos, deportivos, ganas de renovarse, enamorarse.**

Sin embargo, socialmente aún circulan modelos obsoletos de vejez y muchas veces se los retroalimenta desde los medios de comunicación con comentarios paternalistas, con la infantilización, la masificación -de justamente el sector más heterogéneo de la sociedad-, o su extremo:

La invisibilización y la exaltación de la juventud en detrimento de esta etapa.

LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES COMO PROTAGONISTAS DE NOTICIAS

Los adultos mayores, al igual que el resto de los grupos sociales, son grandes consumidores de los distintos mensajes que se transmiten desde los medios de comunicación, pero **¿qué temas los tienen como protagonistas? ¿Cómo se los presenta? ¿Cuáles son las imágenes de vejezes que se reproducen?**

Con frecuencia vemos, escuchamos, leemos que las personas mayores son noticia o aparecen como protagonistas cuando:

- Son víctimas de la delincuencia.
- Se habla de los costos del sistema previsional.
- Se trata el tema de los servicios sociales.
- Residencias geriátricas.
- Tratamiento de enfermedades.
- Récord Guinness.





Si bien son todos temas válidos a desarrollar, profundizar y mantener en vigencia se redunda en:

- La vejez como un problema económico.
(¿Quién va a pagar el futuro?)
- La vejez como una carga asistencial.
(¿Quién los cuidará?)
- La vejez como una enfermedad.
(¿Quién pagará los costos?)

A la hora de seleccionar los temas se lo hace desde representaciones sociales obsoletas y negativas, quedando en el camino otros que también son importantes incluir en la agenda. Se transmite una imagen deficitaria de la vejez, haciendo hincapié en las pérdidas, cayendo en las generalizaciones, reproduciendo prejuicios.

De esta forma se está lejos de mostrar a la vejez como un triunfo de la humanidad.

Sin dudas, esos temas hay que tratarlos, desarrollarlos y mantenerlos en vigencia en las agendas de noticias. Son parte de los desafíos que presenta el envejecimiento de la sociedad. Pero también esta revolución demográfica presenta oportunidades, que tienen que mostrarse desde los medios de comunicación.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Hay que aclarar que: En estos años aumentó la publicación de notas sobre envejecimiento activo, lo que deja de manifiesto una mayor inclusión del tema en las agendas de noticias y el compromiso de muchos productores/periodistas/locutores que trabajan para visibilizar a este colectivo y desde modelos actuales.

Cada vez más universidades de tercera edad, cursos, talleres, centros de jubilados y pensionados, entre otras instituciones y asociaciones, tienen programas radiales, televisivos y publicaciones donde los adultos y adultas mayores son los productores/conductores/periodistas/editores de los contenidos.

Sin embargo, considero que aún falta vigencia, que se instale el debate en las agendas de noticias y en la calle. Así como los medios de comunicación tienen un gran poder para retroalimentar estereotipos negativos de vejez; también tienen un gran poder para visibilizar los nuevos modelos de vejez, darles voz, rostros y cuerpos -sin photoshop-, para que las personas adultas mayores se puedan sentir identificadas y las futuras generaciones se proyecten. **El envejecimiento poblacional genera desafíos y posibilidades en todos los ámbitos:** político, económico, sanitario, servicios sociales, educativo, social, familia... y en los medios de comunicación, también.

En la Gerontología, como una interdisciplina, no pueden quedar afuera las Ciencias de la Comunicación y menos en esta sociedad cada vez más mediaticizada. ●●

“Estamos ante el desafío, la posibilidad y el compromiso de crear un periodismo que ayude a construir una sociedad para todas las edades”