

La vocación periodística. Un llamado al ser social

Journalistic Vocation: An Appeal to Social Beings

María Eugenia Polo González*

Resumen

La función del periodismo de vocación de servicio se subyuga en no pocas ocasiones a intereses varios. En otras muchas simplemente cede a la comodidad de no ahondar en la realidad, mostrando desafección hacia lo que se informa. Un botón de muestra es la comunicación que se hace sobre las personas mayores: para nada refleja la realidad del colectivo.

Palabras clave: periodismo social, vocación, servicio, responsabilidad.

Abstract

The basic function of the journalism of vocation of service subdues in not few occasions to different interests. In others many yields to the comfort of not going deeply into the reality, showing indifference on the part of means and journalists towards what it reports. A button of sample is the communication that is done on the major persons: for nothing it reflects the reality of the group.

Key words: Social journalism, vocation, service, responsibility.

Recibido: 10/10/2007

Aceptado: 03/12/2007

* Doctora en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, España. mepologo@upsa.es

Introducción

En la actualidad asistimos a un periodismo desnortado (responsable de la efervescencia del mal llamado periodismo ciudadano) que pide a gritos retomar el rumbo. Maestros de la talla de Montanelli, Humberto Eco, Kapuscinski, entre otros, advierten reiteradamente que el periodismo ya no es un servicio a la sociedad, sino una forma de ganar dinero, de tener influencia y poder, de conducir opiniones. Recientemente, en una jornada de periodismo social, Luis Miguel de Dios (2007) insistía en que el periodismo de verdad está herido de muerte. A su juicio, “la mejor forma de hacer periodismo social consiste en los cinco ‘con’: conocer, comprender, confirmar, contrastar y contar”. Así mismo, una lectura recomendable que ahonda en los aspectos mencionados es la que lleva el revelador título de *El periodismo herido*. En ella José Manuel de Pablos (2001) pone de manifiesto el divorcio entre prensa y sociedad. Y aunque analiza el caso particular de un diario de referencia como El País, la filosofía es extrapolable a cualquier medio y latitud.

No cabe duda de que sigue urgiendo hacer una reflexión en voz alta. Si bien es verdad que la etiología de este periodismo enfermizo obedece a múltiples factores, uno de ellos apunta directamente al medio y, por ende, al periodista, a su responsabilidad como profesional de la comunicación. Se olvida algo fundamental: que la comunicación se hace por personas y para personas.

Una de las funciones que tradicionalmente se asocia al periodismo es la de informar, del latín *informare*, que significa dar forma. Pero lo triste es que en no pocas ocasiones se deforma la realidad, al margen de múltiples intereses espurios, por una dejadez del periodista que prefiere protagonizar un ejercicio acomodaticio de la profesión, pasando de puntillas sobre algunos aspectos de la realidad, olvidando la vocación de servicio inherente a la profesión. Pulitzer pensaba con acierto que para que un

medio triunfase tenía que estar unido al público, y que el periódico debería ser útil a todo el mundo. Sin embargo, esto no se constata en la actualidad. Ejemplo de ello es el adormecido periodismo social. Arturo San Román (2007), director de comunicación de Servimedia, reconocía recientemente en una mesa redonda en Salamanca, que hemos llegado a un punto en que la prensa económica hace más periodismo social que la generalista. Ello se traduce en lo que nos permitimos calificar como “despotismo mediático” (todo parece justificarse por la audiencia, pero no se cuenta con ella). Algo parecido ocurre con las personas mayores.

El 2007 se ha bautizado como el “Año europeo de igualdad de oportunidades para todos”. No cabe duda de que este lema de mimbre constitucional resulta eufónico, es decir, suena bien al oído. Otra cosa distinta es que a fin de año podamos concluir que se haya llevado a la praxis a escala mundial. Nos podríamos dar por satisfechos con que se pusieran las mimbres para convertir ese lema no sólo en frase de 365 días, sino en grito vitalicio. Hay varios colectivos que pueden darse por aludidos en su reivindicación por un trato, ya no igual que otros, sino sencillamente digno. Uno de ellos es el de los mayores, cuyo peso demográfico evidencia la necesidad de mimar a este sector de población. Y esa responsabilidad atañe a tres pilares fundamentales: políticos, educadores y periodistas.

Bien es verdad que desde el ámbito político se promueven acciones loables tendientes a fo-

Una de las funciones que tradicionalmente se asocia al periodismo es la de informar, del latín *informare*, que significa dar forma.

mentar el denominado envejecimiento activo¹ mediante la integración de los mayores en su entorno, el voluntariado, las relaciones intergeneracionales, la ayuda a domicilio, programas de termalismo, actividades culturales y deportivas, entre otras. Paulatinamente, parece que las actuaciones y los discursos paternalistas van cediendo el terreno a políticas más racionales y realistas, acordes con un grupo poblacional numeroso y dispar.

Los educadores constituyen la segunda pieza fundamental para engrasar el engranaje de la no discriminación. Y esta tarea no se puede relegar a la adolescencia. La semilla debe calar en el terruño desde que los pequeños aterrizan en los colegios, y finalizar en las universidades. Entonces es cuando se podrá recoger el fruto de ese esfuerzo de sensibilización por el respeto al otro, sea cual sea su condición de sexo, raza, edad... Y nunca antes, por ciencia infusa. Precisamente los defensores de la tan en boga educación para la ciudadanía, en España, emplean argumentos válidos en este sentido.

La educación es la fuerza del futuro. Ella constituye uno de los instrumentos más poderosos para realizar el cambio de mentalidades necesario para construir un futuro viable en el que la democracia, la equidad, la justicia social, la paz y la armonía con nuestro entorno natural, en definitiva, la ética de la responsabilidad ciudadana sean valores compartidos en una cultura global (Morillas, 2006).

Y qué decir de los medios de comunicación. El maltrato a los mayores ha alcanzado tal relevancia, merced al aumento de la casuística, que el 15 de junio se ha convertido en el “Día mundial contra el maltrato y abuso a las personas mayores”. A la tipificación de los diferentes abusos de los que son víctimas (abuso psicológico, económico, físico, sexual...) habría que añadir otro: la negligencia mediática (Polo, 2007). El

¹ El término envejecimiento activo fue adoptado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), a finales de los años noventa, con objeto de reconocer los derechos humanos de las personas mayores y los principios de las Naciones Unidas de independencia, participación, dignidad, asistencia y realización de los propios deseos.

Paulatinamente, parece que las actuaciones y los discursos paternalistas van cediendo el terreno a políticas más racionales y realistas, acordes con un grupo poblacional numeroso y dispar.

tratamiento de los mayores en la prensa es deficitario, tanto en cantidad como en calidad. Si nos atenemos a la definición de salud de la OMS, de 1947, que reza que “la salud es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedad o dolencia”, podemos concluir que los mayores gozan de insalubridad desde el punto de vista social. Y los medios de comunicación, como agentes de socialización de primer orden, tienen mucho que decir.

Datos de contexto

Si en el siglo XX las mujeres fueron las protagonistas, en la centuria apenas comenzada el epicentro se reserva para los mayores. Colombia y España muestran la típica transición demográfica experimentada a nivel mundial; un fenómeno en que la estructura por edades de la población cambia, incrementando el porcentaje de los grupos de mayor edad fruto de la prolongación de la vida a tenor de avances científicos y tecnológicos.

Pese a que nada tienen que ver los mayores de hoy con los de hace décadas, parece que hay un empeño en equiparar todas las generaciones. La clave está, tal como asegura Pérez Díaz (2000), en lo que se conoce como análisis longitudinal o generacional, es decir, detenerse en la población que ha nacido en un mismo año y seguir su recorrido vital. Esto nos llevará a encontrarnos con sujetos que no guardan parentesco entre sí. Por eso urge redefinir a los mayores.

La definición actual de los mayores dista de la de hace unas décadas. Hoy podríamos hablar de los MASP (mayores, aunque sobradamente preparados), ya que estamos ante la generación más formada de la historia. Es un colectivo eminentemente heterogéneo formado por la suma de las diferentes individualidades, un conjunto de individuos a los que se podría segmentar en subgrupos en función de variables como la edad, los ingresos, la experiencia vital, la salud... Como apunta Amando de Miguel (Del Moral, 2001), “se trata de un colectivo que evoluciona sociológicamente” y el “denominado viejo en estos momentos no tiene demasiadas cosas en común con el que llegó a esa condición hace unos años”.

Discriminación social

Sin embargo, la sociedad no los ve así. “Viejismo” (“*ageism*”) es el término que usan algunos autores (Vega y Bueno, 1995; Salvarezza, 1998) para referirse al conjunto de estereotipos y la discriminación hacia las personas mayores. Otro sinónimo es lo que se conoce como “edadaísmo” o “etarismo”, acuñado por Robert Butler, directivo del Centro Internacional de la Longevidad (ILC) (Dulcey-Ruiz, 2002, p. 106). Así mismo, se habla de gerontofobia.

Como el pavo real, al hablar de vejez el abanico terminológico se despliega para referirse a una misma realidad.

Los apelativos habilitados a lo largo de la historia social para designar a este grupo de población son numerosos: viejo, mayor, anciano, abuelo, senescente, veterano, geronte, hombre de edad, de días, sexagenario, etc.; figuradamente se puede ampliar la lista (palmar, matusalén...), y con la añadidura de adjetivos se incrementan los matices (longevo, gradevo, cano, senil, entrado en años, etc.); finalmente, se desciende por el camino en que los conceptos sólo traen imágenes caricaturescas o ridiculizantes” (Abellán García, 1996, p. 54).

Este científico recuerda la definición poco afortunada del *Diccionario de Autoridades* (“la última edad de la vida, cuyo extremo se llama decrepitud, y empieza a los sesenta años”), o la elástica del *Diccionario de la Lengua Española* (donde vejez es calidad de viejo y éste es “persona de mucha edad”). Algún otro autor se permite bromear en clave de lo “políticamente correcto”, e incluye términos como juventud avanzada o “los cronológicamente dotados” (Donet i Montagut, 2000, p. 26).

Crandall (1991) habla de veinte formas de nombrar el fenómeno, si bien se queda corto al lado de Juan Carlos Nieto, quien en un estudio que hizo sobre “Mayores y prensa diaria” encuentra nada más y nada menos que 122 términos distintos “en los que se puede percibir una carga peyorativa” (Corbillón, 2003, p. 43).

En el *Tesaurus ISOC de Psicología* aparecen los siguientes términos asociados a la vejez: envejecimiento, senectud, gerontología, tercera edad, ancianos, jubilación, pensionistas, adulto, edad madura. ¿Tercera edad, viejos, mayores, ancianos...? En la actualidad no cabe jactarse de la existencia de unanimidad de criterios, si bien se lleva la palma en cuanto a aceptación el término “mayores”.

La denominación de ‘personas mayores’ ha sustituido a la expresión ‘tercera edad’, que, a la vez, desterró a la más tradicional de ‘viejos’. Sustituciones que, si no se quedan en el simple nominalismo y no responden a la hipócrita táctica de lo ‘políticamente correcto’, están reflejando un correcto gradual distanciamiento del criterio, aparentemente obvio, de la edad, medida en términos de carné de identidad, como único eje para la definición de esta categoría social (Moreno Navarro, 1999, p. 10).

Al contrario de lo que opina este autor, es constatable el uso pródigo del término “tercera edad” en los medios de comunicación y en la sociedad. Pero no cabe duda de la progresiva imposición del término “mayores”. Así opinaban los españoles en un estudio de 1995 (Cires) que situaba

el porcentaje de preferencia en un 50,5% de los entrevistados. Ancianos y tercera edad le seguían con distancia. Rodríguez Carrajo (1999) se hace eco de las encuestas (que se pronunciaron en ese sentido) que se hicieron con motivo de la celebración del “Año Europeo de las personas de edad avanzada y de la solidaridad entre las generaciones”, en 1993.

Por su parte, el Instituto Sodexho (II Congreso Estatal de las Personas Mayores: 2001) de la calidad de vida cotidiana efectuó la primera investigación internacional sobre la evolución del primer cuarto de siglo (hasta 2025) de las expectativas y necesidades en lo que a calidad y modos de vida de los mayores respecta.

Satisface comprobar en este estudio, que hemos pasado del peyorativo e ignominioso calificativo ‘los viejos’, propio de los años setenta, realizando un interludio en el ecléctico y eufemístico concepto de ‘tercera edad’, de los años ochenta, hasta alcanzar la época actual de las ‘personas mayores’, lo que implica un talante más educado y respetuoso.

Es evidente que la forma de llamar las cosas es una forma de verlas, y el lenguaje no es neutro. Resultan de gran acierto la opinión de Luis Mateo Díez, en el prólogo del *Libro de Estilo de la Agencia Servimedia* (Belda, 2006, p. 13), cuando dice que:

las palabras son determinantes para expresar no ya lo que somos, a lo que aspiramos, nuestras necesidades y requerimientos. Lo son para dejar constancia del mundo y de la vida y también para inventarlos, para construir los universos líricos e imaginarios en que el ser humano encuentra el espejo metafórico de su existencia.

De ahí que sea imprescindible hablar con propiedad, y aunque no existe consenso a la hora de denominar al colectivo, sí es verdad que el término más aceptado por los propios interesados es el de mayores. Precisamente, en un estudio que hicimos en la comunidad más envejecida,

el porcentaje resultante de personas que preferían este término llegaba casi al 60%. Debemos dejar en la cuneta términos como viejo o tercera edad.

Por su parte, la Federación Provincial de Asociaciones de Jubilados y Pensionistas de Salamanca (la mayor en número de toda la geografía europea) rubricó una resolución el 14 de febrero de 1997 con objeto de desterrar el término “tercera edad”. El Consejo Estatal de Mayores abrazó gozosamente esta iniciativa, de la que hicieron sabedores a los organismos competentes en materia de mayores. “Los hogares dejaron de llamarse de ‘tercera edad’. Absurda nomenclatura, ¿no les parece? ¿Por qué ‘tercera’ y no ‘segunda’ o ‘cuarta’? Es más sencillo que todo eso: mayores, sin más”. Son palabras del presidente de la mencionada Federación, Marcial Fuentes (2000, p. 3), quien en un artículo de la revista editada por ésta, *La voz de los mayores*, alzaba su lamento:

Los medios de comunicación parecen haber desoído nuestro loable acuerdo, pese a habérselo comunicado, y seguimos viendo salpicada esa palabra en los periódicos y oyéndola a mansalva en la radio y la televisión. Se supone que la función de estos, entre otras cosas, radica en ser portadores o comunicadores del sentir de la sociedad. Y por lo que a nosotros respecta, flaco favor nos están haciendo con ese apodo de “tercera edad”.

José Luis Aranguren (1992, p. 27) abogaba igualmente por la denominación de “mayores”, otorgándole el sentido que tenía antes, mayores “en edad, saber y gobierno”. El filósofo estaba en contra de la tan nombrada tercera edad.

La expresión “tercera edad” es doblemente imprecisa, porque, en primer lugar, en globa en una sola y misma etapa a la infancia y a la juventud (después vendrían la edad adulta y la vejez). En segundo lugar, la expresión “tercera edad” es también imprecisa, porque engloba en una sola y misma etapa toda edad avanzada cuando, en realidad, habría que distinguir, dentro de ella, la vejez todavía activa

y en buen estado de salud, de la de quien ya no puede valerse físicamente y/o mentalmente por sí mismo. A los que se encuentran en esta última situación es a los que ya se incluye en la denominada “cuarta edad”.

Abellán (1996, p. 54) culpabiliza de la imposición de este neologismo a las instancias oficiales, a los profesionales de la gerontología y a los medios de comunicación. Constata que otros autores desechan el término “tercera edad” por asociarse a la segunda división o al tercer mundo. Muchos mayores juzgan negativa esa denominación porque les recuerda que el término “tercera” era y es aplicado en España a lo más barato: ferrocarril, coches, artículos, competiciones deportivas, tercer mundo, etc. Ildefonso Grande (2001, p. 30) se retrotrae en el tiempo para apuntar “que es un concepto que inventó Bismark, que jubilaba a sus generales cuando tenían sesenta y cinco años, lo cual, a finales del XIX, era como si ahora te jubilan con más de cien años”.

El término vejez lleva aparejado un menosprecio, como consecuencia de la sociedad en que vivimos, donde se impone una sobrevaloración de lo joven. “Viejo no solamente es lo más antiguo, sino también lo inútil, lo que no sirve, lo que pierde valor. Por eso, con demasiada facilidad, se interpreta la vejez como una etapa inútil de la vida, caracterizada por pérdidas y crisis de todo tipo” (Sánchez Caro y Ramos, 1985, p. 22).

“Anciano” se utiliza, en general, para designar a las personas de edad avanzada e incapacitada. Tampoco escasea su uso (especialmente en la secciones de sucesos de los medios escritos) para referirse a personas que acumulan más de seis décadas de vida.

Persona mayor parece que es el término que entraña mayor dignidad [...] Podemos decir que entendemos como tal al individuo que se encuentra jubilado, es decir, fuera del mercado laboral y/o tiene una

edad superior a los 60/65 años. Posteriormente, y en función de a qué grupo nos estemos refiriendo, será preciso hacer matices puesto que, como ha quedado señalado, el término es ambiguo e incluye a un heterogéneo grupo de personas, con mayores diferencias entre ellas, que las que se dan en cualquier otro grupo de edad (Zerbitzuan, 1997, p. 38).

Díaz Casanova (1989, p. 86) aporta una versión sintética y muy acertada cuando dice: “El envejecimiento debe entenderse como un proceso de diferenciación e individualización. Aunque se tenga la misma edad cronológica existen, en un mismo grupo de edad, experiencias sociales e históricas, así como estilos de vida y expectativas muy diferentes”.

Hay que reseñar, así mismo, la loable terminología de “adultos mayores” que se usa en el contexto latinoamericano.

A Moreno Navarro (1999, pp. 30 y ss.) le preocupa la exclusión social de la que son víctimas los mayores a partir de su encasillamiento en una categoría social. Esta marginación se da en múltiples frentes: se les excluye de la llamada población activa; la supuesta inactividad se extrapola al campo del amor y del sexo; se

“Una sociedad para todas las edades es una sociedad que posibilita la integración de todos sin que la edad sea un factor de discriminación o exclusión. Una persona a los 12, los 40 ó los 85 debe acceder a los bienes y servicios que le permitan desarrollar sus capacidades, intereses y expectativas”.

piensa que el estar deprimido frecuentemente es un componente más de la vejez; y añade que el proceso de exclusión pasa también por la presión para que los mayores asuman que forman un colectivo homogéneo. Moreno no se limita a relatar lo que califica en algún momento de ideología castradora, sino que propone una ristra de mandamientos para iniciar lo que denomina una “revolución tranquila” encaminada a conseguir una sociedad para todas las edades. Y, tocante a este aspecto, como dice Josep Maria Riera (2005, p. 142), “una sociedad para todas las edades es una sociedad que posibilita la integración de todos sin que la edad sea un factor de discriminación o exclusión. Una persona a los 12, los 40 o los 85 debe acceder a los bienes y servicios que le permitan desarrollar sus capacidades, intereses y expectativas”. Y para la consecución de este objetivo el papel de los medios de comunicación es clave.

Rafael Navas, presidente del Grupo Júbilo Comunicación, el primer y único grupo multimedia en España dedicado a los mayores, expresaba recientemente en una entrevista el lamentable trato de los medios de comunicación a los mayores: “Los medios presentan una imagen estereotipada y muy negativa del mayor. Suelen presentarlo como inculto, pobre y enfermo, y cuando no es así, hay exceso de paternalismo y conmiseración en el tratamiento informativo de los mayores. Además, la publicidad y los medios a veces ridiculizan claramente la imagen del mayor” (Sanz- Cruzado, 2007). Asegura que la información es escasa.

A este último respecto, Delloff (citado por Dulcey-Ruiz et al., 2002, pp. 120, 121 y 105) en un magnífico libro editado en Bogotá que lleva por título *Periodismo y comunicación para todas las edades*, subraya la idea de que la imagen que proyectan los medios de comunicación es parte de la fábrica de actitudes, preferencias, deseos y temores sociales, y que nuestra calidad de vida en el futuro estará en función de las creencias, actitudes y acciones que llevemos a cabo en el presente, y que reflejarán los medios. Así mis-

mo, se cuestiona si realmente a los mayores les gusta aparecer en los medios por causas excepcionales. Asegura que nacer, envejecer y morir son experiencias comunes a todos los seres humanos, pero que a veces resulta más sencillo dramatizarlas y convertirlas en excepcionales.

Miniguía para informar sobre mayores

Precisamente, en aras del reto de conseguir un mejor periodismo para las personas mayores, elaboramos la primera guía de estilo que existe dedicada a este grupo etario, se trata de la *Miniguía para informar sobre mayores* (Polo, 2007). En este reciente trabajo se abordan aspectos tendientes a fijar la atención en la agenda temática, el lenguaje, la imagen, las fuentes, los géneros, y la extensión y ubicación de los contenidos. Es un documento de formato breve dirigido a sensibilizar a los profesionales de la comunicación en lo que respecta a los mayores. Repasamos algunos de sus contenidos.

En cuanto a la agenda temática es importante reseñar que el mapa cognitivo de los lectores se forma a partir del menú informativo que ofrecen los medios. Y dado que los mayores son un colectivo heterogéneo (en salud, renta, formas de convivencia...) cuantas más aristas de su realidad se plasmen más sencillo resultará exterminar ciertos tópicos anacrónicos. De esta forma se evitaría focalizar la atención, como se viene haciendo, en parcelas mercantilistas, paternalistas y proteccionistas, lo que contribuye a estereotipar negativamente al sector de los mayores. Los media pueden y deben ser catalizadores de las reivindicaciones de los mayores, y promover un envejecimiento positivo, subrayando las aportaciones de los mayores a la sociedad, y los beneficios de las relaciones intergeneracionales.

La forma de denominar al colectivo es capital. No hay que olvidar que el envejecimiento es un proceso individualizado, de forma que se puede tener la misma edad cronológica, pero las

experiencias sociales e históricas, así como los estilos de vida, llevan a un grado de deterioro diferente. Como decía Ortega y Gasset, el concepto de edad no es sustancia matemática, sino vital. Así que, como se ha apuntado con anterioridad, aunque no existe un acuerdo unánime, el término más aséptico es mayores. Y en caso de duda, sobre todo en informaciones de sucesos, se puede aludir a “un hombre o mujer de 72 años...” sin necesidad de tener que hacer una calificación. Resulta muy clarificadora la definición que daba hace años el libro de estilo del diario *YA*: “Anciano y viejo, o sus correspondientes femeninos, no han de emplearse para indicar un estadio de edad, sino, cuando ese sea el caso, un estado de decrepitud física”.

Respecto a la imagen, es patente que las noticias son más valiosas cuando tienen cara, y un porcentaje elevadísimo de lectores se fijan más en las informaciones que vienen acompañadas de apoyo gráfico. El medio demuestra interés por un asunto cuando dedica a la causa un esfuerzo espacial (con la publicación concreta de la imagen) y de tiempo (supone enviar a un fotógrafo al lugar de los hechos o, cuando menos, acudir a los archivos, opción poco recomendable siempre que se pueda evitar). En la actualidad esa inversión espaciotemporal es mínima, ya que una gran parte de las informaciones sobre mayores están huérfanas de apoyo gráfico. El vacío ilustrativo denota una apatía del medio por realzar los contenidos de mayores. Hacen falta textos

con más imágenes, pero no a cualquier precio, ya que existe el vicio de recurrir al archivo y rescatar instantáneas aleatorias con las que la información pierde puntos. Es importante usar aquellas que tienen que ver directamente con el asunto del que se está hablando para evitar que el texto salga malparado y, por consiguiente, el colectivo de mayores.

Así mismo, en la *Miniguía para informar sobre mayores* se hace hincapié en la necesidad de beber de fuentes alternativas (diversas organizaciones, entre ellas las no gubernamentales, universidades, bancos, institutos, empresas, entidades, geriatras, psicólogos, sociólogos, individuos concretos...) a las profesionalizadas y poderosas con acorazados gabinetes de prensa a sus espaldas. Las fuentes oficiales suelen monopolizar los mensajes, y es conveniente nutrirse de ellas, pero sin olvidar que se trata de una sola versión entre la ristra de las posibles. Además, los mayores como tales deben tener más visibilidad, priorizando su voz, ya sea a título individual o recurriendo a asociaciones (manejan un caudal enorme de información infraexplotado. Sería deseable, también, incluir la voz de los mayores en los medios de forma transversal, ya que hay muchos expertos jubilados a los que se les ninguna, y podrían aportar una acreditada opinión sobre múltiples temas. Y es que después de la jubilación no sólo hay vida, sino mucha experiencia.

Por otra parte, el colectivo de los mayores interesa relativamente desde una óptica informativa, pero desde el prisma de la opinión se desoye. La mayoría absoluta de los mensajes que habitan en los medios recae en las noticias. Esta actitud pone de manifiesto la rutina a la hora de conformarse con reflejar asuntos puntuales en relación con los mayores, fruto de ruedas de prensa o comunicados en la mayoría de las ocasiones, sin apenas predisposición para ahondar en esos hechos, ampliándolos y contextualizándolos a través de otros géneros con mayor grado de profundidad y vistosidad, como reportajes y entrevistas. Se puede hablar de un culto al instante, y no siem-

“El vacío ilustrativo denota una apatía del medio por realzar los contenidos de mayores. Hacen falta textos con más imágenes, pero no a cualquier precio, ya que existe el vicio de recurrir al archivo y rescatar instantáneas aleatorias con las que la información pierde puntos”.

pre, ya que no pocas veces las convocatorias a los actos protagonizados por los mayores van directamente a la papelera, o bien se acude de una manera testimonial y luego no se hacen públicos porque estos hechos son aplastados por noticias con mayor valor informativo.

Otro de los criterios de los que se colige la relevancia que un medio da a un asunto es su extensión. Con sólo abrir las páginas de un periódico el lector sabe el calibre de la agenda del medio, es decir, qué asuntos priman y cuáles son secundarios. La mayoría de las informaciones sobre mayores son intermedias con tendencia a breves. Esta forma de invisibilidad coloca a los mayores en un vagón de tercera, ya que el discurso en torno a ellos se exilia a espacios reducidos, condensación que dificulta el saludable ejercicio de contexto para la formación de una opinión pública real. Igualmente, uno de los baremos para jerarquizar la información es la página en la que se publica el texto. Las informaciones más relevantes, o mejor dicho, las informaciones a las que se quiere dotar de mayor relevancia, aparecen, siguiendo un orden decreciente, en portada, contraportada, página impar y página par. Infortunadamente, las mayoría de textos relacionados con mayores se publican en páginas pares. La portada, escaparate de los medios, alude a ellos en contadas ocasiones (y cuando lo hace suele centrarse en parcelas como pensiones, residencias y accidentes). Además, abundan las informaciones publicadas en los cuadrantes de entrada en perjuicio de los de salida o exteriores. En definitiva, habría que tender a emplazamientos más vistosos para los mensajes relacio-

En el tema que aquí nos ocupa la conclusión es clara: hay que acercarse a los mayores (bajar a la plaza y no ver el toro desde la barrera), y conocer de cerca su realidad para entenderla, dotarla de sentido y transmitirla con la mayor veracidad posible.

nados con mayores.

Conclusiones

Si hubiera que condensar lo que se ha dicho hasta ahora, nos quedaríamos con la filosofía de uno de los grandes reporteros del siglo XX fallecido no hace mucho, Ryszard Kapuscinski. El reportero polaco atribuye al periodista cinco sentidos: estar, ver, oír, compartir y pensar. Desgranaremos algunas ideas.

Estar: relata su experiencia en una aldea paupérrima de Senegal (África) en la que compartió con sus habitantes, entre otras cosas, techo. Asegura:

Era una experiencia bastante difícil, pero si no la compartía no podría haber comprendido la vida en África. Si pasaba la noche en el Milton o en el Sheraton, no habría tenido conciencia de todos esos hechos que hacen a esas vidas. La profesión de reportero requiere, para poder escribir, que este tipo de experiencias se sientan en la propia piel (Kapuscinski, 2004, p. 2).

En el tema que aquí nos ocupa la conclusión es clara: hay que acercarse a los mayores (bajar a la plaza y no ver el toro desde la barrera), y conocer de cerca su realidad para entenderla, dotarla de sentido y transmitirla con la mayor veracidad posible. Asistir a las asociaciones de mayores o a los centros de día es visitar el microcosmos de las personas mayores, un sector heterogéneo, compuesto por individualidades y formas de envejecer diferentes.

Ver: “Cada vez que nos proponemos escribir acerca de un tema, debemos preguntarnos qué tiene de universal: cuál metáfora, símbolo o signo que nos permita pasar de lo pequeño a lo grande. Debemos hacer una reflexión porque sólo si encontramos este vínculo, este pasaje entre lo local y lo universal, nuestro texto tendrá peso y valor. Sólo así el lector descubrirá en nuestro texto, junto a la historia concreta, un mensaje universal, una pista que le ayude a descifrar las leyes del mundo” (2004, p. 67). Y no

cabe duda que, como se ha dicho con anterioridad, los mayores de hoy no guardan parentesco con los de décadas anteriores. Las aportaciones individuales de los mayores (en sus diferentes flancos: voluntariado, cuidado de nietos, sed de conocimiento, hábitos saludables...) proporcionan muchos sumandos dentro de su colectivo. No sólo hay que mirar, sino saber ver y transmitir al mundo la efervescencia del envejecimiento activo.

Oír: “Vivimos en un mundo de enorme producción intelectual, donde se han escrito montones de libros sobre todos los temas. Escribir sin conocerlos, o sin siquiera saber de su existencia, revela una actitud muy ingenua. Siempre hay expertos en esos asuntos acerca de los cuales nos toca escribir, y el valor de su trabajo es incalculable para el nuestro” (Kapuscinski, 2004, p. 42). En el colectivo de mayores hay multitud de expertos (empezando por las propias asociaciones) que nos pueden clarificar una interpretación de la realidad del momento. Además, acerca del envejecimiento en sí, también hay literatura multidisciplinar (psicología, gerontología, sociología, demografía...) que nos puede abrir los ojos y allanar el camino para hablar con conocimiento de causa. Más que oír habría que referirse a saber escuchar. De ahí que es fundamental dar cabida a los propios interesados (los mayores) y no conformarnos con ser meros altavoces de las fuentes institucionales.

Compartir: “Nuestro éxito profesional depende de los otros: no podemos ser cínicos porque la esfera en la que desarrollamos nuestra profesión se construye entre nosotros y los otros. Ahí se juega todo: la gente nos mira y nos evalúa, constantemente, y advierte la diferencia entre un periodista que pregunta sobre problemas que realmente lo preocupan y otro que llegó al lugar para obtener un par de respuestas sin compromiso alguno, y partir. Sin empatía, esa habilidad de sentirse inmediatamente como uno de la familia, no es posible compartir los dolores, los problemas, los sufrimientos y las alegrías de la gente. Insisto: el tipo de relación que establez-

camos con el otro definirá nuestro trabajo; si fallamos en este sentido, no podremos hacer bien nuestra profesión; a la inversa, si establecemos intercambios humanos intensos y ricos, encontraremos la fuente de nuestro material” (Kapuscinski, 2004, p. 34). Abundamos en una idea expuesta con anterioridad: es fundamental interesarse por el colectivo, por sus demandas, por sus preocupaciones, por sus logros... Que los mayores sientan que los medios interactúan con ellos, que se convierten en fuente permanente. Sólo así conseguiremos una sociedad para todas las edades.

Pensar: “A diferencia de otras actividades, donde en ocasiones es posible afirmar que alguien ha conseguido mucho, en el periodismo nunca sabemos en realidad qué hacer, cómo actuar, cómo escribir. En cada artículo, cada reportaje, cada crónica, siempre estaremos empezando de nuevo, desde cero. Ni siquiera los libros que escribimos escapan a esta regla: ninguno nos va a servir mucho para el que sigue. Siempre estaremos al principio, nunca podremos estar contentos” (Kapuscinski, 2004, pp. 17 y 18). Este pensar es abonar un terreno virgen cada vez, de manera que evitemos los prejuicios o estereotipos cuando vayamos a informar sobre mayores. Antes de escribir, conviene pararse a reflexionar en la responsabilidad de articular un discurso que puede dañar a la sociedad. Como decía Marshall McLuhan, “los medios tienen el poder de educar y de embrutecer, de despertar y de adormecer, de humanizar y de endurecer, de iluminar y de oscurecer...”. ¿Por qué no quedaros con lo primero: educar, despertar, humanizar e iluminar?

Como decía Marshall McLuhan, “los medios tienen el poder de educar y de embrutecer, de despertar y de adormecer, de humanizar y de endurecer, de iluminar y de oscurecer...”.

Referencias

- Abellán, A. (1996). "La imagen de la vejez". Revista multidisciplinar de gerontología, vol. 6, núm. 1.
- Aranguren, J. L. (1992). *La vejez como autorrealización personal y social*. Madrid: Inerser.
- Belda, L. M. (2006). *Libro de Estilo de la Agencia de Noticias Servimedia*. Madrid: Servimedia, S.A.
- Corbillón, A. (2003). "Los mayores se quejan del trato negativo que les da la publicidad". El Norte de Castilla, viernes 10 de enero.
- Crandall, R. C. (1991). *A behaviour science approach*, 2 edition. Nueva York: MacGraw-Hill.
- De Dios, L. M. (2007). "Periodismo social". En Jornada de Periodismo Social. Obra Social de Caja España. Tordesillas, 8 de noviembre.
- Del Moral, I. (2001). Entrevista a Amando de Miguel. Sesenta y más, mayo, pp. 14-17.
- Díaz, M (1989). "Envejecimiento de la población y conflicto entre generaciones". *REIS*, núm. 45.
- Donet I Montagut, S. (2000). "Sociología de la vejez". En *La Iglesia y los mayores en la sociedad actual*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- De Pablos Coello, J. M. (2001). *El periodismo herido. Estudios que delatan el divorcio entre prensa y sociedad. El País, como referente*. Madrid: Foca.
- Dulcey-Ruiz, E. (2002). El envejecimiento y la vejez en prensa escrita: análisis comparativo. En Ministerio de Comunicaciones y Centro de Psicología Gerontológico: *Periodismo y comunicación para todas las edades*. Bogotá: Mincomunicaciones y Cepsiger.
- Fuentes, F. (2000). "Las cartas boca arriba". La voz de los mayores, Salamanca, Federación Provincial de Asociaciones de Jubilados y Pensionistas de Salamanca, núm. 16, agosto-octubre.
- Grande, I. (2001). "La imagen y nuevos estilos de vida de los mayores". *Los retos del envejecimiento en España*. Madrid: Júbilo Comunicación.
- Hernández, G. (2006). "Medios de comunicación de masas e imágenes asociadas a la población anciana". Comunicación y Ciudadanía. Disponible en <http://observatoriodosmedios.org> II Congreso Estatal de las Personas Mayores (2001). Propuesta de ponencia 3: La contribución de los mayores a la sociedad.
- Kapuscinski, R. (2004). *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir y pensar)*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, Fundación Nuevo Periodismo Latinoamericano, Asociación de la Prensa de Cádiz, Asociación de la Prensa de Madrid.
- Media Planning Group (s.f.). Los seniors en Europa: la madurez del siglo XXI. Disponible en www.marketingdirecto.com/estudios/seniors.pdf
- Moreno, I. (1999). Mayores y exclusión social. Por una revolución tranquila hacia una sociedad de todas las edades. Lección inaugural del Aula de la Experiencia de la Universidad de Sevilla. Curso académico 1999-2000. Sevilla: Universidad de Sevilla, Secretariado de Publicaciones.
- Morillas, M. D. (coord.) (2006). *Competencias para la ciudadanía. Reflexión, decisión, acción*. Madrid: Nancea Ediciones y Ministerio de Educación y Ciencia.
- Pérez, J. (2000). Envejecimiento y esperanza de vida en salud, en ponencia del 23º Congreso de la Sociedad Española de Geriátrica y Gerontología, Barcelona, 8 de julio.
- Polo, M. E. (2007). "El mal trato de los mayores en la prensa". Senior on line, Secot, núm. 17, febrero. Disponible en www.secot.org

Polo, M. E. (2007). *Miniguía para informar sobre mayores*. Valladolid: Junta de Castilla y León.

Riera, J. M. (2005). *Contra la tercera edad. Por una sociedad para todas las edades*. Barcelona: Icaria.

Rodríguez, M. (1999). *Sociología de los mayores*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia.

Salvarezza, L. (comp.) (1998). *La vejez. Una mirada gerontológica actual*. Buenos Aires: Paidós.

San Román, A. (2007). "Mesa redonda sobre imágenes que omiten: las personas con discapacidad en los medios de comunicación". En Facultad de Comunicación de Salamanca, 3 de mayo.

Sánchez, J. y Ramos, F. (1985). *La vejez y sus mitos*. Madrid: Aula Abierta.

Sanz-Cruzado, L. (2007). Los medios de comunicación están completamente de espaldas al mundo del mayor. Revista Humanizar, marzo-abril. Disponible en http://www.humanizar.es/formacion/revista/2007/mar_abr/entrevista_003.html

Vega, J. L. y Bueno, B. (1995). *Desarrollo adulto y envejecimiento*. Madrid: Síntesis.

Zerbitzuan (1997). Los mayores: generadores de recursos, núm. 33.