

SIRIMIRI - EQUIPO DE ANIMACIÓN DE LOS CENTROS  
SOCIOCULTURALES DE MAYORES DE VITORIA-GASTEIZ

## Reflexión acerca de la imagen de las personas mayores en los medios de comunicación

*Thoughts on the Image of Old People in the Media*

La experiencia de nuestro trabajo de dinamizadores socioculturales, nos permiten elaborar esta pequeña reflexión de la imagen de los mayores en los medios de comunicación, atendiendo a la realidad de Vitoria-Gasteiz. Uno de los objetivos del proyecto de animación cuya acción se desarrolla desde hace 16 años en los 14 centros socioculturales de mayores de la red municipal de Vitoria-Gasteiz, se centra en la mejora de la imagen social de las personas mayores. A lo largo de esta trayectoria hemos constatado que este colectivo ha evolucionado a la par que la sociedad y no así su representación en los medios de comunicación, siendo imprescindible una revisión de la presencia, contenidos asociados y en general la imagen que se nos brinda del grupo de mayores.

### *Modos de representación de las personas mayores en los medios*

Las palabras que empleamos para denominar a este grupo de edad están cargadas de una connotación peyorativa, prestamos más atención a los procesos degenerativos de carácter físico que a los procesos de crecimiento personal, ya que estamos en una sociedad que ahora prima los valores de la juventud frente a los experienciales.

Entre el grupo que en general denominamos de personas mayores, el abanico de edad es tan amplio, (a partir de 60 años: 70, 80, 90, 100 años...) que implica a varias generaciones con intereses, inquietudes, historias, capacidades físicas, y cognitivas diferenciadas por sus estados evolutivos. La sociedad utiliza un lenguaje variado para este colectivo de edad: tercera edad, adulto mayor, anciano, viejo...Esta terminología se encuentra en la calle, no está consensuada y su empleo obedece a diversas visiones sociales de la vejez.

En general, suscita poco interés lo relacionado con las personas mayores en todos los medios de comunicación. La temática más utilizada suele estar relacionada con la salud (hábitos alimenticios, deterioro físico y cognitivo, las enfermedades de alta prevalencia en la vejez); con la población (aumento de la esperanza de vida, envejecimiento); con la dependencia (ley de dependencia, gasto social, adecuación y especiali-

zación de recursos...) La visión que se proporciona de este grupo de población es cuanto menos sesgada.

La sensación es que los mayores, parte cada vez más importante de la población y gran consumidora de medios de comunicación (radio, TV, prensa) es poco protagonista de sus contenidos. Sería interesante que se diera mayor relevancia a iniciativas y experiencias en las que este colectivo es actor principal.

#### *Soluciones, ideas, propuestas y alternativas*

Desde los Centros Socioculturales de Vitoria-Gasteiz y desde el programa de animación tratamos de contribuir en la mejora de la imagen de los mayores a través de varios tipos de programas: permanentes, comunitarios y puntuales. A continuación explicamos someramente su contenido y seleccionamos de cada uno aquellas experiencias que tienen más relación y/ o objetivos más específicos del trabajo con los medios de comunicación.

#### PROGRAMAS PERMANENTES

Hacemos referencia a los 126 cursos y talleres en los que como objetivo se plantea un proceso de aprendizaje, de duración variable entre un trimestre y un curso completo (octubre - junio). Este programa sigue dos tipos de acciones en relación con los medios de comunicación. La primera proyectando la imagen activa, participativa y comprometida de los mayores en la Sociedad y la segunda trabajando con y para los medios de comunicación. Los grupos incluidos en este programa, además de participar en los mismos, colaboran de forma conjunta en la organización de actividades de carácter abierto y comunitario, participando activamente en el diseño, organización, implementación y evaluación de las mismas.

Los programas estrictamente relacionados con los medios de comunicación se concretan en:

- Grupo de Tertulias periodísticas: Espacio de libertad y tolerancia para el pensamiento y el debate de lo que nos den por pensado, para revelar la verdad de las noticias que nos cuentan y para escuchar y respetar las diferentes opiniones. Actualmente contamos con dos grupos de estas características que elaboran una Revista "La voz de los Mayores" que se difunde en espacios diversos: centros de mayores, colegios, asociaciones de vecinos... Así mismo organizan foros de encuentro trimestrales con temas de actualidad y han sido responsables del 1º Encuentro de Publicaciones, contando con la participación de varias revistas especializadas en per-

sonas mayores, escritores y periodistas. Este grupo consigue divulgar una imagen real y actual de las personas mayores, transmitiendo sus inquietudes, opiniones y propuestas de cambio, logrando difundir una imagen más activa y positiva de este colectivo.

- Radio: El objetivo de este taller es conocer la radio "por dentro". Se aprenden los conocimientos básicos sobre medios técnicos, se elaboran espacios radiofónicos de diverso formato: culturales, musicales, publicitarios y se pone en antena el trabajo elaborado. Este grupo permite la creación de vínculos entre los centros socioculturales de mayores y la ciudad. Para ello se desarrolla un programa en una emisora de radio local en el que entre otros contenidos se difunden las actividades que se desarrollan en los centros socioculturales de mayores. Las personas participantes de este taller colaboran en otros programas de gran formato realizando tareas de presentación, entrevistando a sus protagonistas y realizando reseñas informativas cubriendo su difusión.

A pesar de que entendemos que estas acciones tienen una importante trascendencia, seguimos llegando a un sector de población muy concreto y no logramos despertar el interés de los grandes medios de comunicación.

### PROGRAMAS COMUNITARIOS

Son programas cuyo objetivo principal es la proyección de la imagen positiva de las personas mayores y de sus potencialidades en la Sociedad. La premisa fundamental del programa de animación tanto para la organización y desarrollo de las mismas es la participación activa de las personas mayores. Plantear todas las actividades que de carácter comunitario se realizan sería muy extenso, por lo que hacemos una selección de las que nos parecen más significativas en la relación con los medios de comunicación:

#### *Jornadas de la mujer mayor*

Es una exposición pública del trabajo de los grupos de encuentro (grupos de carácter permanente, que reflexionan sobre situaciones de actualidad, para un mayor conocimiento de las mismas y creación de cambios). El objetivo de las jornadas es crear un espacio de debate y crecimiento personal sobre temáticas que los grupos de mujeres mayores perciben como importantes.

Las mismas constan de dos partes: una experiencial en la que las personas mayores aportan sus vivencias sobre la temática en concreto y otra profesional, en la que colabora un experto en el tema. Es una actividad que se realiza en un espacio comunitario de la ciudad.

Se valora de una forma muy positiva que las mujeres mayores sean capaces de verbalizar sus necesidades, valores... Como mujeres mayores, esto supone un reto y una autoafirmación de ellas mismas, haciéndonos ver a los que no somos mayores y no nos hemos parado a pensar, el valor de su experiencia. Por ello intentamos poner todos los medios para que estas jornadas sean conocidas en toda la ciudad.

Sin embargo nos encontramos con medios o instituciones que trabajan los mismos objetivos (temática de género) y no dan relevancia a este tipo de encuentros para reflexión.

#### *Encuentro de publicaciones*

Poco a poco van surgiendo medios escritos con mayor o menor fortuna, con más o menos medios para poder difundir aspectos relacionados con las inquietudes, intereses, experiencias,... de las personas mayores.

Conscientes de todo ello y teniendo como premisa el trabajo que realizan los grupos de tertulias y de escritura creativa, se valora como oportunidad la realización de un encuentro nacional con los medios de comunicación que van surgiendo por y para personas mayores.

De esta experiencia surge la necesidad de seguir manteniendo relaciones fluidas con el objeto de intercambiar información para divulgar los programas intergeneracionales, interculturales,... Un paso importante es la aparición de este tipo de publicaciones específicas pero éste no es el fin último, que sería el acceso a los medios mas generalistas con la idea de llegar a un mayor número de población y no sólo de población mayor.

Creemos que las revistas dirigidas a la población mayor y realizadas por profesionales tienen como objetivos llegar a la población mayor, difundir programas y experiencias que creen nuevos modelos referenciales de personas mayores activas y para ello se debe formar a los profesionales que trabajan en este campo. Sin embargo, vemos que en el proceso de elaboración de las revistas, los contenidos perpetúan los modelos de referencia poco participativos y estereotipados (comida de hermandad del club de jubilados de,...).

Algunas de estas experiencias pueden ser los programas intergeneracionales e interculturales que se desarrollan a lo largo de las comunidades autónomas, a modo de ejemplo hablamos de nuestra experiencia mas cercana; el grupo de solidaridad. Dirigido a personas con inquietud solidaria, que quieran compartir reflexionar y profundizar sobre temas relacionados con la solidaridad y además participar activamente en la

tona de decisiones y puesta en marcha de la Campaña “para la solidaridad no hay edad” de los CSCM.

Este grupo tiene una trayectoria amplia en continua evolución, y sus componentes han avanzado desde una visión solidaria relacionada con actitudes paternalista a una actitud de solidaridad comprometida, favoreciendo el conocimiento de la realidad que se apoya y el contacto directo con grupos de edad y culturas diferentes.

#### PARTICIPACIÓN DIRECTA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El programa de animación de los CSCM de Vitoria-Gasteiz, cuenta habitualmente con el apoyo de tres medios de comunicación, cada cual con sus características propias.

- *Gaceta Municipal*: Es un revista local, cuyo objetivo es difundir las diferentes actividades y experiencias que se realizan en la ciudad. Tiene un carácter mensual. En esta publicación los CSCM, tienen un espacio para divulgar los diferentes programas que se realizan. Lo destacable de este medio de comunicación es que es institución pública la que ve la necesidad de publicar las experiencias de la ciudad, viendo que ningún otro medio de comunicación se hace de ella.
- *Canal Gasteiz*: Es una televisión de ámbito local con la que tenemos una estrecha colaboración. Más en concreto con un programa, Palabras Mayores, destinado específicamente a las personas de este colectivo. Por la esencia de sus objetivos y la de los nuestros, se ha implementado un trabajo de continua colaboración; para este canal los CSCM constituyen una fuente de contenidos y para nosotros representan un medio que contribuye a divulgar la imagen real y dinámica de las personas mayores. Este programa cuenta con un espacio de debate en el que también intervienen personas de todas las edades, aspecto que valoramos muy positivamente ya que se brinda la oportunidad de escuchar la opinión de diferentes generaciones sobre un mismo tema en un mismo espacio. Todavía existe la necesidad de hacer programas con y para mayores, encontrar su espacio, cuando sería mucho más enriquecedor que los programas de carácter general dedicaran espacios a las diferentes experiencias.
- *Radio Gorbea*: Es una radio local cuya audiencia principal son personas mayores, aunque con repercusión entre las edades adultas. Respondiendo a sus objetivos, este medio se hace eco de las actividades en las que las personas mayores son protagonistas y nosotros facilitamos su tarea adelantando esta infor-

mación. Se echa de menos la participación activa y más continuada de las personas mayores en medios de comunicación de carácter más abierto y no únicamente en foros especializados.

### CONCLUSIONES

Este documento ha querido, desde la experiencia en el trabajo de campo, reflexionar sobre el papel que juegan los medios de comunicación de todo tipo (prensa escrita, radio, televisión,...) en el cambio de estereotipos sobre lo que ha sido, es y se pretende que sea un colectivo de personas tan heterogéneo como es el de las personas mayores.

Este no es el único modo sobre el que basar una política de cambios (ejemplo: proyecto de animación sociocultural), pero sí permite tomar conciencia de su gran importancia a la hora de llevarlos a cabo.

Poco a poco son ellas, las personas mayores, las que van ocupando un lugar visible en esta sociedad, a fuerza de trabajar aspectos que hagan mucho más manifiesta su presencia y protagonismo.

Es importante desde todos los ámbitos de intervención dejar atrás aspectos paternalistas y estereotipados de este colectivo y en esta tarea es fundamental e imprescindible la implicación activa de los medios de comunicación, cuyo eco y alcance en la sociedad actual va a ser uno de los ejes principales en ese nuevo rol, más normalizado que exigen los mayores en la actualidad.

•

*Sirimiri* es una empresa de Vitoria-Gasteiz especializada en la atención integral a las personas mayores y sus cuidadores. El presente texto fue realizado por el Equipo de Animación de los Centros Socioculturales de Mayores de la localidad. E-mail: [info@sirimiri.net](mailto:info@sirimiri.net)