

BOLETÍN

PROGRAMA IBEROAMERICANO DE COOPERACIÓN
SOBRE LA SITUACIÓN DE LAS
PERSONAS ADULTAS MAYORES

COMUNICACIÓN Y PERSONAS ADULTAS MAYORES
DESDE UN ENFOQUE DE DERECHOS HUMANOS

UN MUNDO PARA
TODAS LAS EDADES



Comunicar para transformar

Argentina: La Campaña Nacional del Buentrato hacia
las Personas Mayores cumplió 10 años

Comunicar y transitar la vejez en primera persona
En diálogos con Patricia Kelly



SUMARIO / SUMÁRIO

AGOSTO 2021

EDITORIAL / EDITORIAL

Gina Magnolia Riaño Barón, Secretaria General de la Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS)

◆ p.4

MENSAJE DEL EQUIPO EDITORIAL
/ MENSAGEM DA EQUIPE EDITORIAL

“Comunicar vejez plurales, diversas y libres de discriminación” / “Comunicar velhices plurais, diversas e livres de discriminação”

◆ p.6

NOTA CENTRAL / NOTA PRINCIPAL

Comunicar para transformar
/ Comunicar para transformar

◆ p.8

IBEROAMÉRICA EN ACCIÓN
/ IBEROAMÉRICA EM AÇÃO

Argentina: La concepción y organización de la Comunicación en PAMI / A concepção e organização da comunicação em PAMI

◆ p.15

“Nuestras acciones de comunicación persiguen favorecer una nueva mirada sobre la vejez y sus protagonistas: las personas mayores”. Encuentro con el equipo de Matia Fundazioa / “Nossas ações de comunicação procuram favorecer um novo olhar sobre a velhice e seus protagonistas: as pessoas adultas idosas”. Encontro com a equipe de Matia Fundazioa

◆ p.20

Chile: Comunicación y aprendizaje a lo largo de la vida: las personas mayores y el uso de redes sociales / Comunicação e aprendizagem ao longo da vida: as pessoas adultas idosas e o uso das redes sociais

◆ p.25

Comunicar y transitar la vejez en primera persona. Una charla con la periodista y escritora mexicana Patricia Kelly / Comunicar y transitar a velhice em primeira pessoa. Uma conversa com a jornalista e escritora mexicana Patricia Kelly

◆ p.28

España: La Red de Ciudades y Comunidades Amigables con las Personas Mayores del Imsero brinda información y capacitación, sensibiliza y promueve la investigación / A Rede de Cidades e Comunidades Amigáveis com as Pessoas Adultas Idosas do Imsero brinda informação e capacitação, sensibiliza e promove a pesquisa

◆ p.32

“La Campaña mundial contra el edadismo espera crear un mundo para todas las edades”. En diálogos con Vânia de la Fuente-Núñez, encargada de dirigir la Campaña mundial contra el edadismo en la OMS / “A Campanha mundial contra o idadismo espera criar um mundo para todas as idades”. Em diálogos com Vânia de la Fuente-Núñez, encarregada de dirigir a Campanha mundial contra o idadismo da OMS

◆ p.35

Brasil: “Junio Violeta”, campaña para el fortalecimiento de las redes de protección de derechos de las personas mayores / “Junho Violeta”, campanha para fortalecer redes de defesa dos direitos das pessoas idosas

◆ p.41



—
“Para HelpAge la comunicación es una herramienta que nos permite visibilizar una realidad que hasta hace muy poco era invisible”. La mirada de Inma Mora Sánchez, responsable de comunicación de HelpAge España / “Para HelpAge a comunicação é uma ferramenta que nos permite visibilizar uma realidade que até muito pouco tempo era invisível”. O olhar de Inma Mora Sánchez, responsável da comunicação da HelpAge Espanha

◆ p.44

—
Comunicar más y mejor sobre “Mujer y vejez”. Reflexiones junto a la periodista chilena Adriana Gómez Muñoz / Comunicar mais e melhor sobre “Mulher e velhices”. Reflexões junto com a jornalista chilena Adriana Gómez Muñoz

◆ p.49

México: INAPAM fortalece acciones para prevenir y erradicar el maltrato a las personas adultas mayores / INAPAM fortalece ações para prevenir e erradicar o maltrato às pessoas adultas idosas

◆ p.52

—
“Para hacer frente al edadismo y los falsos estereotipos debemos apostar por un lenguaje inclusivo que refleje las distintas realidades y el valor de las personas mayores en nuestras sociedades”. Entrevista a José Carlos Baura / “Para enfrentar o idadismo e os falsos estereótipos devemos apostar por uma linguagem inclusivo que reflita as distintas realidades e o valor das pessoas adultas idosas em nossas sociedades”. Entrevista a José Carlos Baura

◆ p.56

Uruguay: 1° Festival Internacional de Cine sobre Envejecimiento (FICE): representaciones e imágenes de personas mayores en el lenguaje audiovisual / 1° Festival Internacional de Cinema sobre Envelhecimento (FICE): representações e imagens de pessoas adultas idosas na linguagem audiovisual

◆ p.60

—
“Las ficciones on demand aportan a la construcción de nuevas formas de comunicar las vejez, los envejecimientos y las sexualidades”. Una charla con Camila Gramajo / “As ficções on demand aportam à construção de novas formas de comunicar as velhices, os envelhecimentos e as sexualidades”. Uma conversa com Camila Gramajo

◆ p.63

Argentina: La Campaña Nacional del Buentrato hacia las Personas Mayores cumplió 10 años / A Campanha Nacional do BomTrato às Pessoas Adultas Idosas Fez 10 Anos

◆ p.68

República Dominicana: Acciones de comunicación para políticas de inclusión destinadas a las personas mayores / Ações da comunicação para políticas de inclusão destinadas às pessoas adultas idosas

◆ p.71

—
“Pensar en una comunicación para todas las edades es el desafío mayor”. En diálogos con Klever Paredes / “Pensar em uma comunicação para todas as idades é o desafio maior”. Em diálogos com Klever Paredes

◆ p.73

Paraguay: Promoción del buen trato hacia las personas adultas mayores desde la comunicación digital / Promoção do bom trato às pessoas adultas idosas desde a comunicação digital

◆ p.76

PUBLICACIONES / PUBLICAÇÕES

◆ p.79

ADELANTO / ANTICIPO

Boletín N.º 25: “Salud mental de las personas adultas mayores, en especial en tiempos de pandemia por el COVID-19”

Boletim N.º 25: “Saúde mental das pessoas adultas idosas, em especial em tempos de pandemia pela COVID-19”

◆ p.83





Gina Magnolia Riaño Barón

Secretaria General de la Organización
Iberoamericana de Seguridad Social (OISS)

Esta vigésima cuarta edición del **Boletín del Programa Iberoamericano de Cooperación sobre la Situación de las Personas Adultas Mayores**, nos propone reflexionar sobre un eje temático transversal y estratégico para el abordaje de la vejez y el envejecimiento, como lo es la comunicación y las personas adultas mayores desde un enfoque de derechos humanos.

¿Qué se comunica sobre los temas que involucran a la población mayor? ¿Cómo? ¿A quiénes? ¿Qué lenguaje se utiliza? ¿Qué representaciones se difunden? ¿Qué marcos nacionales y regionales son los más adecuados para retomar y promover desde la comunicación? Los Estados, y en particular sus organismos rectores de políticas gerontológicas, ¿cuentan con profesionales de la comunicación capacitados en temas de vejez? ¿Existen estudios o investigaciones que indaguen sobre este eje temático?

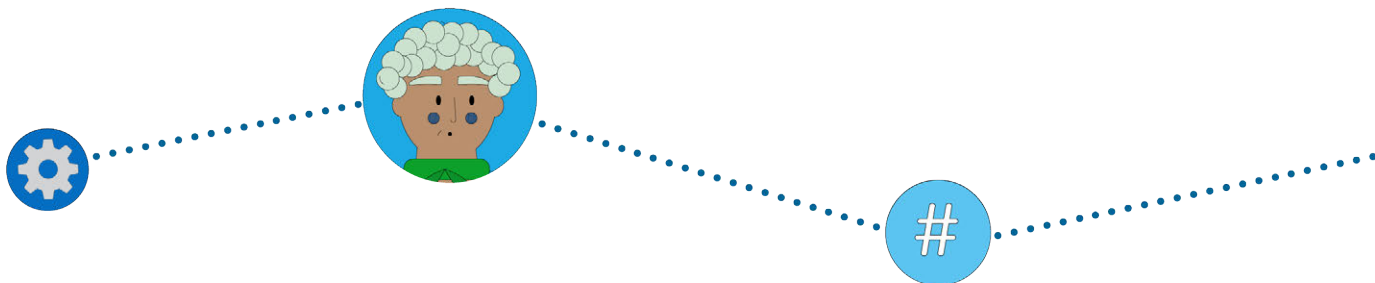
Estas son sólo algunas de las numerosas preguntas que debemos realizarnos quienes abogamos por la consolidación de los derechos de las personas adultas mayores en Iberoamérica y quienes trabajamos, desde diferentes ámbitos, para construir una sociedad para todas las edades, sin discriminaciones ni estigmatizaciones.

Hace más de un año venimos transitando mundialmente una experiencia pandémica que nos exige mayor ejercicio de reflexión sobre algunas perspectivas y conceptos vinculados a la comunicación, entre ellos, el edadismo (en un modo más general) y el viejismo (en una expresión más particular). En este contexto inédito y crítico, el grupo de personas mayores se configuró como

protagonista de la escena social y política por el grado de vulnerabilidad que impuso el virus y, durante este tiempo, hemos sido testigos de expresiones segregacionistas y de la circulación de desinformación generadora de miedos que, afortunadamente y a pesar de la incertidumbre y el miedo, provocaron diversas reacciones de las propias personas mayores y de la defensa consciente de quienes trabajamos por y junto a ellas desde un enfoque de derechos humanos.

Es importante que, desde todos los cargos y funciones sociales y/o políticas, asumamos la comunicación con responsabilidad y eso implica incluir no sólo la perspectiva de la edad, sino también la de género, visibilizar la diversidad en la vejez, tensionar y deconstruir estigmas y prejuicios, guiarnos por los marcos regionales y nacionales, brindar información fiable y verificada, así como garantizar el acceso de las personas mayores a las tecnologías digitales, que empoderen y promuevan la participación sociocultural de este grupo y con ello fomentar el aprendizaje a lo largo de la vida.

En este aspecto, en abril pasado, entre la Organización Iberoamericana de la Seguridad Social (OISS) y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) **sellamos una alianza** con el fin de mejorar la inclusión digital de la población mayor, reconociéndola como una herramienta clave para promover el envejecimiento activo y saludable y el pleno ejercicio de sus derechos de ciudadanía comunicacional y que, al mismo tiempo, nos permite avanzar en la tarea de cumplir con el compromiso principal de la Agenda 2030 de Naciones Unidas: “que nadie quede atrás”. ◆



TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

Esta vigésima quarta edição do **Boletim do Programa Ibero-americano de Cooperação sobre a Situação das Pessoas Adultas Idosas**, nos propõe refletir sobre um eixo temático transversal e estratégico para a abordagem da velhice e o envelhecimento, como é a comunicação e as pessoas adultas idosas a partir de um enfoque de direitos humanos.

Que se comunica sobre os temas que envolvem à população mais velha? Como? Para quem? Que linguagem se utiliza? Que representações se difundem? Que marcos nacionais e regionais são os mais adequados para retomar e promover desde a comunicação? Os Estados, e em particular seus órgãos retores de políticas gerontológicas, contam com profissionais da comunicação capacitados em temáticas da velhice? Existem estudos ou pesquisas que indaguem sobre este eixo temático?

Estas são só algumas das numerosas perguntas que devemos realizar-nos quem reivindicamos a consolidação dos direitos das pessoas adultas idosas em Ibero-América e quem trabalhamos, desde diferentes âmbitos, para construir uma sociedade para todas as idades, sem discriminações nem estigmatizações.

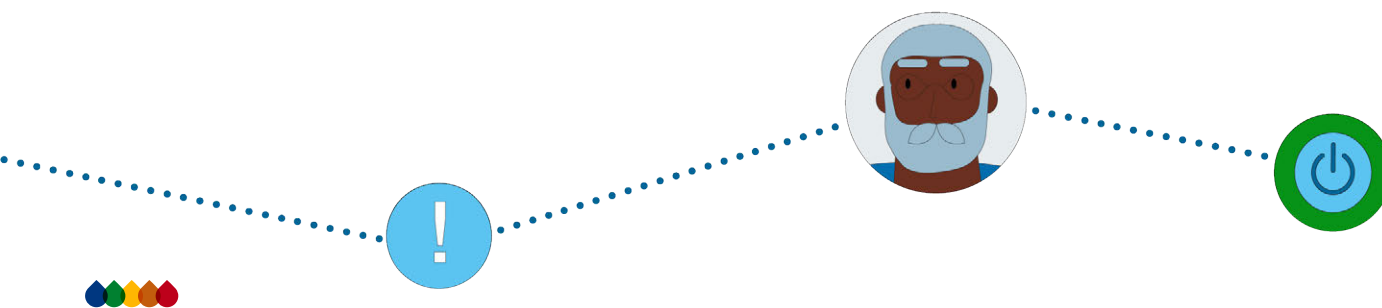
Há mais de um ano transitamos mundialmente uma experiência pandêmica que nos exige maior exercício de reflexão sobre algumas perspectivas e conceitos vinculados à comunicação, dentre eles, o idadismo (em um modo mais geral) e o velhismo (em uma expressão mais particular). Neste contexto inédito e crítico, o grupo de pessoas idosas se configurou como protagonista da cena social e política pelo

grado de vulnerabilidade que impôs o vírus e, durante este tempo, temos sido testemunhas de expressões discriminadoras e da circulação de desinformação geradora de medos que, afortunadamente e apesar da incerteza e o medo, provocaram diversas reações das próprias pessoas idosas e da defesa consciente de quem trabalhamos por e junto com elas desde um enfoque de direitos humanos.

É importante que, desde todos os cargos funções sociais e/ou políticas, assumamos a comunicação com responsabilidade e isso implica incluir não só a perspectiva da idade, mas também a de gênero, visibilizar a diversidade na velhice, tensionar e desconstruir estigmas e preconceitos, guiar-nos pelos marcos regionais e nacionais, brindar informação fiável e verificada, assim como garantir o acesso das pessoas idosas às tecnologias digitais, que empoderem e promovam a participação sociocultural deste grupo e com isso fomentar a aprendizagem ao longo da vida.

Neste aspecto, em abril passado, entre a Organização Ibero-americana da Segurança Social (OISS) e a Organização de Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) **selamos uma aliança** com o objetivo de melhorar a inclusão digital da população idosa, reconhecendo-a como uma ferramenta chave para promover o envelhecimento ativo e saudável e o pleno exercício dos seus direitos de cidadania comunicacional e que, ao mesmo tempo, nos permite avançar na tarefa de cumprir com o compromisso principal da Agenda 2030 das Nações Unidas: “que ninguém fique para trás”. 

♦ SUMARIO ^



“COMUNICAR VEJECES PLURALES, DIVERSAS Y LIBRES DE DISCRIMINACIÓN”

En las sociedades contemporáneas no se puede minimizar el rol de la comunicación (en todas sus dimensiones) a la hora de informar, sensibilizar, construir o cuestionar estereotipos y representaciones vinculadas a diferentes temáticas y grupos sociales.

Como profesionales de la Comunicación y la Gerontología asumimos el compromiso y el desafío permanente de comunicar sobre las personas mayores, las vejeces y el envejecimiento de manera plural, diversa y heterogénea, libre de discriminaciones y estigmatizaciones.

En este último tiempo de pandemia, vimos que los esfuerzos y los avances logrados sobre la permanente construcción de una mirada positiva de la vejez se vieron afectados, en especial, por la difusión de imágenes homogeneizantes, asociadas a la fragilidad y la enfermedad, centradas en la vulnerabilidad, la depresión, la pérdida y la cercanía con la muerte. Esa “mirada agazapada”, pero todavía presente, de un paradigma tradicional que anula y minusvalora a las personas por su edad avanzada nos recordó que la “batalla” es cultural y es permanente y que la comunicación es ese campo donde se puede reproducir o transformar.

La pandemia, entonces, nos retrotrajo a esos discursos y narrativas peyorativas plagados de “microviejismos”, esas “células significantes” pobladas de sentidos negativos. La principal representación mediática posicionó a las personas mayores desde una perspectiva tutelar y asistencialista, como “objetos pasivos de cuidados” y no como ciudadanos/as con plenos derechos y se difundieron discursos abiertamente viejistas, tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales, que evidenciaron los

prejuicios que circulan y que este tipo de enfoque consolida sobre este grupo poblacional.

Es por ello que el desafío nunca cesa, para prueba está la coyuntura que ha impuesto la pandemia y que deja a las claras que “de un plumazo” podemos retroceder más de tres décadas de construcción de un paradigma con enfoque de derechos sobre la vejez. Por eso es fundamental la vigilancia y el análisis permanente de las tramas culturales que producen los discursos sociales (y viceversa), para conocer y reconocer los vínculos y acciones comunicacionales -en y desde todos los ámbitos- que se llevan a cabo a la hora de representar al proceso de envejecimiento y de la última etapa del curso de vida.

Somos conscientes que en este presente el reto que tenemos las/os profesionales vinculados a la Gerontología es aún mayor. Hoy es imprescindible y urgente cuestionar y desarmar las expresiones estigmatizantes que suprimen, subestiman y anulan a las personas mayores por razones de edad. Y es aún más importante, lograr integrar una mirada transversal en las acciones, políticas y prácticas gerontológicas desde las herramientas que propone el campo de la comunicación, no sólo como una instancia estratégica de transformación, sino como un principio cultural para sostener los sentidos sobre las vejeces que más nos incluyan y representen.

Se trata de una tarea colectiva que requiere voluntades y capacitación permanente, y que debe reunir a organismos públicos, organismos regionales e internacionales, organizaciones civiles, de profesionales, educativas y académicos/as y, fundamentalmente, a las propias personas mayores de toda la región, para hacerse eco de marcos facilitadores como la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores (CIPDHPM), el Plan de Acción Internacional de Madrid sobre el Envejecimiento, y la propuesta de la Asamblea Nacional de Naciones Unidas

Si desean comunicarse con el Boletín, pueden hacerlo mediante la web del Programa, en su sección “contacto”: iberoamericamayores.org/

EQUIPO

Boletín del Programa Iberoamericano de Cooperación sobre la Situación de las Personas Adultas Mayores

EDITA: Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS) oiss.org

REALIZACIÓN: Mariana Rodríguez, Esteban Franchello y Leandro Laurino.

DISEÑO E ILUSTRACIÓN: Rocío Lana

TRADUCCIONES: Néstor J. Beremblum

COORDINACIÓN DE EDICIÓN: Ana Mohedano (OISS), Mariana Rodríguez, Esteban Franchello y Leandro Laurino. ISSN 2313-4720

CONTACTO: Secretaría General de la OISS (Madrid) (+34) 915611747, (+34) 915611955 sec.general@oiss.org

RECEPCIÓN DE COLABORACIONES: Equipo de redacción boletín. programaiberoam@gmail.com

DISCLAIMER: Los artículos incluidos en el boletín no reflejan necesariamente la opinión de la OISS, de la SEGIB ni de las instituciones miembros del programa.

HEMEROTECA BOLETINES: iberoamericamayores.org/boletin-del-programa/

que declara la Década del Envejecimiento Saludable 2020-2030 como estrategia principal para construir una sociedad para todas las edades.

En ese camino, y para avanzar también hacia la creación de una comunicación más plural, inclusiva y respetuosa, en este Boletín dialogamos con profesionales referentes a quienes agradecemos su participación, entre ellas: **Vânia de la Fuente-Núñez**, encargada de dirigir la campaña mundial contra el edadismo en la Organización Mundial de la Salud y co-autora principal del primer Informe mundial sobre el edadismo de las Naciones Unidas; **Klever Paredes**, periodista y activista en la lucha contra el edadismo y coordinador general de “Palabra Mayor”, Colectivo Ciudadano de Ecuador; **Inma Mora Sánchez**, la responsable de comunicación de HelpAge España; la periodista, escritora y especialista en temas de vejez y envejecimiento, **Patricia Kelly**; **José Carlos Baura**, Vocal de la Junta Directiva de la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (Mayores UDP), ex Secretario General del IMSERSO y un activista permanente por los derechos de las personas adultas mayores; **Camila Gramajo Graña**, periodista, docente y tallerista de Comunicación y Periodismo y Maestranda en Comunicación; **Adriana Gómez Muñoz**, periodista chilena y feminista dedicada al “ciberactivismo” a favor de los derechos de las personas mayores.

Durante el proceso de producción también recibimos los valiosos aportes del equipo de **Matia Fundazioa**, organización española que acompaña, a través de diversas propuestas, a las personas en su proceso de envejecimiento para mejorar su bienestar, generando conocimiento y servicios personalizados que promuevan su autonomía y dignidad, y las colaboraciones de los ocho países miembros del **Programa Iberoamericano de Cooperación sobre la Situación de las Personas Adultas Mayores**, junto con el apoyo técnico permanente de la **Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS)**.

Un especial agradecimiento a **Mirta Turino** de Uruguay; **Josefina Valisena** de Argentina; **Carmencita Balestra** de Brasil; **Nancy de Vargas** de República Dominicana; y a **Marcelina Palacios** y **Clemente Cáceres** de Paraguay, quienes nos brindaron “En Primera Persona” su mirada reflexiva sobre el vínculo entre la comunicación y las personas mayores, en una sección especialmente creada para esta edición, que le permite al boletín del Programa seguir

sumando espacios para el ejercicio de la “voz propia” a las/os mayores de la región.

Esperamos que esta publicación continúe aportando a sus tareas y abordajes y las/os invitamos a fortalecer el compromiso de abogar a favor de las personas mayores desde una comunicación con enfoque de derechos humanos. Estamos a favor del envejecimiento, de la vida, porque simplemente, envejecer es vivir.

Hasta la próxima edición. ♦

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

“COMUNICAR VELHICES PLURAIS, DIVERSAS E LIBRES DE DISCRIMINAÇÃO”

Esperamos que esta publicação aporte em suas tarefas e abordagens e as/os convidamos a fortalecer o compromisso de advogar em favor das pessoas adultas idosas a partir de uma comunicação com enfoque em direitos humanos. Estamos a favor do envelhecimento, da vida, porque simplesmente, envelhecer é viver.

Nesta edição do Boletim, agradecemos a participação de: Vânia de la Fuente-Núñez, Klever Paredes, Inma Mora Sánchez, Patricia Kelly, José Carlos Baura, Camila Gramajo Graña, Adriana Gómez Muñoz, equipa da Matia Fundazioa, Mirta Turino, Josefina Valisena, Carmencita Balestra, Nancy de Vargas, Marcelina Palacios e Clemente Cáceres, aos países membros do Programa Ibero-americano de Cooperação em Situação do Idoso e à equipe técnica da Organização Ibero-americana de Seguridade Social (OISS).

Até a próxima edição. ♦

♦ SUMARIO ^



COMUNICAR PARA TRANSFORMAR

Por: Mariana Rodríguez, Leandro Laurino y Esteban Franchello

“El hombre es la única criatura de la creación que habla con sentido. La palabra es un producto de su espíritu y por tanto, tiene un potencial humanizador”.

Javier Darío Restrepo

Abordar el vínculo entre “comunicación y personas mayores desde un enfoque de derechos humanos” es una acción fundamental para reflexionar sobre la configuración social de la vejez. Este ejercicio se constituye como un acto de responsabilidad profesional para quienes trabajan en la temática

y de responsabilidad humana con la existencia, propia y ajena, para toda la sociedad.

La tarea, en términos generales, consiste en reflexionar acerca de los valores y las creencias compartidas acerca de la vejez y el envejecimiento y cuestionar aquellas palabras, imágenes y expresiones que consolidan un imaginario que desvaloriza, desempodera y estigmatiza a las personas mayores.

Pensar el mundo desde una perspectiva de derechos implica mirar críticamente la realidad social para promover su transformación. Y la crítica y el análisis, justamente, precisan de la formulación de preguntas y de posicionamientos conceptuales.

¿Qué se entiende por comunicación? En términos interpersonales, organizacionales y mediáticos, la comunicación supone la difusión y el intercambio de información, opiniones y datos,



pero no sólo tiene que ser comprendida como un vehículo de transmisión. En acuerdo con el académico uruguayo Gabriel Kaplún, la comunicación es un proceso de producción dialógica en donde se producen vínculos y sentidos.

Desde una concepción culturalista, el autor señala que tales vínculos son las relaciones que establecemos con alguien (individual o colectivo) y que los sentidos refieren, en su conceptualización, por un lado, a los significados sociales creados y, por el otro, a los sentidos comprendidos como dirección o rumbo hacia donde ir como grupo.

Es que en las sociedades democráticas se precisa de una base de consensos -un sentido común- para el desarrollo y la convivencia y, en ese camino, es imprescindible compartir significados que han de (re)construirse durante los diferentes procesos históricos. Claro que, como marca el sociólogo francés Pierre Bourdieu, las relaciones culturales también dan cuenta de relaciones de poder, ya que en ellas se realiza la comunicación entre los miembros de la sociedad.

Ahora bien, **¿qué sentidos o significados se identifican en las ideas sobre la vejez y el envejecimiento?** El significado hegemónico -que es aquel que prima y que es compartido y “naturalizado” por la mayoría de la sociedad en un momento determinado- se encuentra asociado a la pérdida, la carencia, la soledad, el aislamiento, la inactividad, la incapacidad de aprender y al destino “inevitable” a ser cuidado/a.

No se trata de un significado reciente. Históricamente la vejez ha sido concebida como un problema y así lo han señalado numerosos autores/as a lo largo de los años desde distintas disciplinas. Con énfasis, la periodista mexicana Patricia Kelly asegura que “la primera gran idea que hay que combatir desde la comunicación es la que nos hace pensar que cuando

arribamos a la vejez, llegamos al bote de la basura de la vida. Si bien esta etapa presenta numerosos cambios físicos, emocionales, mentales, no hay por qué satanizarla”.

¿Cómo y qué se dice de las personas mayores?

Es posible identificar significados viejistas o edadistas naturalizados en diálogos ocasionales que se dan en los espacios cotidianos -escuela, barrio, familia, trabajo-, como así también en los titulares, comentarios e imágenes que circulan en los medios de comunicación tradicionales -la radio, la televisión, el cine, los diarios- y los nuevos entornos digitales.

Existen ciertos “verosímiles de edad” que tienen que ver con aquello que es esperable que una persona haga o no en determinado momento de su vida y que se expresan en la comunicación interpersonal y mediática.

En el ámbito privado, Josefina Valisena contó para este Boletín que se sintió discriminada cuando su familia le preguntó de qué le servía estudiar una carrera universitaria a los 69 años si nadie le iba a dar trabajo tras recibirse. Mirta Turino, por su parte, comentó que también experimenta la segregación cuando nota que subestiman sus posibilidades (y las de todas personas mayores) de aprender a utilizar la tecnología.

En el ámbito público un breve recorrido por algunos programas o redes digitales permite dar cuenta que socialmente se construye a la vejez como un momento de la vida indefectiblemente vulnerable y que las personas mayores están limitadas a un “abuelazgo compelido”. Son espacios en donde “viejo es el otro”, y en los que muchas veces es sabio porque tiene “la voz de la experiencia” y otras “un ser especial” porque es instagramer o tiktokker, hace fisicoculturismo o se tatúa. Y la vejez, ya nos enseñó Simone de Beauvoir, “no entraña ni sabiduría ni decadencia de modo inevitable”.



Durante los primeros meses de la pandemia, las noticias no cesaron de contabilizar la cantidad de muertes y los casos de contagios, especialmente en residencias de larga estadía y se pudo observar la “mediatización orquestada” de una única vejez: la dependiente. Esta mirada reduccionista, enfatizan desde varios sectores, no sólo ignora sino que invisibiliza otras vejezes, otras formas de vivir y, progresivamente, las erosiona hasta desempoderarlas

“La imagen negativa y el rol de las personas mayores responden a construcciones sociales que son alimentadas y sostenidas desde los medios de comunicación, el sistema educativo y el discurso del poder”, marca el comunicador ecuatoriano Klever Paredes y da cuenta de esos otros espacios en donde se consolidan los estereotipos y de la participación -con distintos grados de poder- de todos los grupos etarios en tal consolidación.

De hecho, como señala el Informe Mundial sobre el Edadismo elaborado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), “el edadismo se inicia en la infancia y se refuerza con el tiempo”. Por tanto, la circulación de estereotipos positivos y negativos, tanto en la comunicación interpersonal como mediática “no sólo condicionan la visión que la sociedad tiene de la realidad (...) también construyen la imagen que las personas tienen con respecto a su edad y su propio envejecimiento”, reflexiona el especialista español Josep María Riera.

La tarea de desocultar el viejismo y el edadismo en el lenguaje

“¿Qué debería hacer una sociedad para que en su vejez el hombre siga siendo un hombre? La respuesta es sencilla: sería necesario que siempre lo hubiese tratado como un hombre”.

Simone de Beauvoir

El lenguaje construye el mundo y se presenta, al mismo tiempo, como un espacio en donde cuestionar y disputar los “sentidos comunes” naturalizados. Cargado de material simbólico y de relaciones de poder, el lenguaje puede ejercer violencia simbólica, a veces de manera más identificable o explícita que otras.

Puntualmente, en el contexto de pandemia generada por el COVID-19, la Experta Independiente de la ONU sobre el disfrute de todos los derechos humanos por las personas mayores, Claudia Mahler, resaltó enfáticamente:

“Es desalentador leer el lenguaje cruel y deshumanizador en las redes sociales que se refiere a las personas mayores. El abuso verbal ocurre claramente en contextos en los que las personas mayores enfrentan discriminación por edad”, haciendo referencia al uso extendido del hashtag #BoomerRemover, un término que fue utilizado para difundir que el COVID-19 era un “eliminador” de personas mayores. Esta desafortunada expresión difundida vía Twitter y replicada en otros espacios, entiende a los/as “Boomer” (término que describe a quienes nacieron durante el Baby boom, después de la Segunda Guerra Mundial) como “prescindibles” ante la crisis sanitaria generada por la pandemia.

Al respecto, Vânia de la Fuente-Núñez, encargada de dirigir la campaña mundial contra el edadismo de la OMS, en diálogo con este Boletín, destacó que la pandemia evidenció en muchas situaciones el rol negativo que pueden tener los medios de comunicación “al estereotipar sistemáticamente a las personas mayores como si fuesen todas vulnerables y dependientes y a las personas jóvenes como si fueran invencibles y egoístas. Esta homogeneización no sólo es falsa, sino que además es nociva”.



Entre las formas “más sutiles” de violencia simbólica, la periodista Adriana Gómez Muñoz, develó algunos discursos en los que las autoridades hablan de “nuestros adultos y adultas mayores”, una expresión que ella identifica como absolutamente incorrecta porque infantiliza y expresa un sesgo marcadamente paternalista. En esta misma línea, José Carlos Baura desoculta: “escuchamos y leemos noticias y redes sociales impregnadas de un lenguaje que apela a la lástima o a la obligación de devolver, como si de

un favor se tratara, a ‘nuestros mayores’, a ‘nuestros abuelitos’, por lo mucho que hicieron por la sociedad actual”. Y aclara para quienes no pueden reconocer el viejismo, se tratan de “términos emocionales y seguramente bien intencionados que, sin embargo, delatan la ausencia de una mirada donde las personas mayores son, antes que nada, ciudadanas y ciudadanos, con derechos y deberes”.

“Las palabras sí que importan”, proclama Teresa Martínez para ilustrar la trascendencia de esta línea de pensamiento, y tal vez la impronta del lenguaje inclusivo o no sexista sea muestra cabal de esta idea. La especialista española, autora de la reciente guía publicada por la **Fundación Pílares** sobre “Personas mayores y lenguaje cotidiano.

El poder de las palabras” y del blog “**La atención centrada en la persona, un camino por recorrer**”, realiza su aporte sobre la comunicación interpersonal, sobre todo aquella que se genera en un marco organizacional donde se desarrollan servicios gerontológicos de apoyo o de cuidado a mayores.

“El chequeo del lenguaje en las organizaciones es una práctica potente y muy recomendable. (...) No es algo baladí, su modo de utilización no resulta inocuo, aunque se aplique sin intención de dañar u ofender. En el contexto de los cuidados, las palabras tienen un especial efecto y poder porque afectan a personas muy vulnerables. (...) Como afirma George Lakoff ‘pensar de modo diferente requiere hablar de modo diferente’”, resalta Martínez en uno de los recientes posts de su blog.

Al respecto, esta autora proporciona la noción de “*elderspeak*” dentro de la comunicación interpersonal, lo que podría traducirse al castellano como “habla edadista o infantilizadora”, que opera como un acto de violencia sutil y que puede ser considerada como una forma de maltrato psicológico que se manifiesta en la interacción hacia una persona mayor: entonación infantil, tono agudo, habla lenta, reducción de la longitud de las frases, simplificación gramatical, uso de diminutivos, alta utilización de imperativos, términos excesivamente sentimentales, entre otras formas posibles.

“Nuestro lenguaje puede ser respetuoso, empático, acogedor y actuar como un potente elemento empoderador de las personas que precisan cuidados. Pero también puede ser descalificador, amedrentador, amenazante,

humillante y, en consecuencia, dañino y desempoderador”, concluye Teresa Martínez.

Para la generación de un mundo para todas las edades resulta imprescindible que las discriminaciones -simultáneas y múltiples- “salgan a la luz” porque, en palabras de Stephany Bravo-Segal, “no visibilizar o mantener una actitud pasiva frente al discurso edadista (y viejista) se traduce en una complicidad de los malos tratos y violencia simbólica que experimentan las personas mayores” y resulta imprescindible que la sociedad “trate humanamente a la humanidad” durante todo el curso de vida.

Hacia la construcción de nuevos significados de las vejeces, con enfoque de derechos humanos

-

“La propensión a tomar la palabra es estrictamente proporcional al sentimiento de tener derecho a la palabra”.

Pierre Bourdieu

¿Es posible resignificar las vejeces? Desde la mirada culturalista se puede asumir con optimismo -y decisión- esa posibilidad.

“Los sentidos que pueden ser compartidos por quienes los producen -quienes se comunican-; pueden ser aceptados o rechazados, debatidos o transformados en el proceso de comunicación (...), porque en los vínculos se producen sentidos y los sentidos nos vinculan”, explica Kaplún.

El contexto pandémico, entonces, permitió advertir que muchas “verdades del sentido común” merecían ser puestas en tensión y tanto los medios de comunicación tradicionales como las redes sociales han sido espacios y actores relevantes para el desarrollo de ese proceso: que una buena parte de la sociedad global haya cuestionado algunas de las creencias e ideas que existen acerca de qué es ser una persona mayor y, tal vez, haya reconocido la importancia de resignificar algunas de ellas, es una buena noticia.

Sin embargo, para la creación de un mundo para todas las edades es preciso tomar la palabra, generar agendas locales y ejercitar la “voz propia”, asumir los derechos y potenciar el movimiento social que demanda nuevas concepciones sobre las vejeces. Y aquí se

impone una pregunta que tensa permanentemente el debate: “¿cómo valorar la vejez cuando la sociedad dice que deberíamos no envejecer, es decir, no seguir siendo?”, reflexiona el especialista argentino, Ricardo Iacub.

Construir nuevos significados de las vejeces y de las personas mayores precisa de una transformación cultural/comunicacional que requiere de manera ineludible de la participación activa de las personas mayores, en tanto sujetos de derecho, pero también como “sujetos de comunicación”: desde su rol de audiencia/recepción así como de productoras de contenidos/enunciación. Y en ese objetivo común, otra de las claves es que “quienes comunican, producen y quienes piensan los contenidos audiovisuales y multimedia se reconozcan como sujetos envejecientes. Falta hacer ese proceso más personal, de introspección, para hallar en los/as viejos/as de hoy los/as viejos/as que queremos ser”, reflexiona Sol Rodríguez, quien desde [El Club de la Porota](#) se propone “situar a la vejez en un lugar de poder”.

Crear una cultura a favor del envejecer y tener conciencia de ello, desde la más temprana edad, es crear una cultura a favor de la vida.

Los nuevos valores y significados tienen que posibilitar(nos) “seguir siendo” hasta el final del curso de vida. El gran desafío de los Estados y sus políticas públicas, de los medios y de la sociedad en su conjunto es comunicar para humanizar, para reconocer, para empoderar: *comunicar para transformar*.



El enfoque de derechos en el ejercicio de la comunicación sobre y con personas mayores supone:

- Reconocer los marcos legales nacionales, regionales e internacionales que aborden los derechos de las personas adultas mayores.
- Asumir el compromiso político y académico en conocer, investigar y generar datos acerca de la situación demográfica gerontológica de los países y de las características de las personas mayores y de sus múltiples formas de envejecimiento y de vivir las vejeces.
- Promover la concepción del sujeto envejeciente desde muy temprana edad, generando acciones y políticas que posibiliten el encuentro intergeneracional a lo largo de la vida.
- Abogar en los medios de comunicación, productoras, empresas y consultoras de publicidades y propagandas, para sensibilizar a sus equipos profesionales y técnicos.
- Identificar que el dinamismo de la comunicación y de las tecnologías, y la pandemia generada por el COVID-19, nos sitúa en nuevos contextos en los que, indefectiblemente, se construyen y circulan nuevos sentidos y vínculos en los procesos de envejecimiento.
- Promover instancias de formación y capacitación relacionada a los entornos digitales para achicar esa brecha, que también es cultural, y estimular la participación de las personas mayores.
- Garantizar el acceso a internet y las condiciones de accesibilidad.
- Generar charlas y debates con personas mayores y especialistas referentes de la temática para ampliar las miradas y abordajes.
- Atender el lenguaje -palabras, frases, expresiones, fotografías, imágenes, íconos, ilustraciones- para reconocer y respetar a las personas mayores en tanto sujetos de derechos. ♦

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

COMUNICAR PARA TRANSFORMAR

Abordar o vínculo entre comunicação e pessoas adultas idosas a partir do enfoque de direitos humanos é uma ação fundamental para refletir sobre a configuração social da velhice. Este exercício constitui-se como um ato de responsabilidade profissional para quem trabalham na temática e de responsabilidade humana com a existência, própria e alheia, para toda a sociedade.

A tarefa, em termos gerais, consiste em refletir acerca dos valores e as crenças compartilhadas sobre a velhice e o envelhecimento e questionar aquelas palavras, imagens e expressões que consolidam um imaginário que desvaloriza, desempodera e estigmatiza às pessoas adultas idosas.

Pensar o mundo desde uma perspectiva de direitos implica mirar criticamente a realidade social para promover sua transformação. E a crítica e o análise, justamente, precisam da formulação de perguntas e de posicionamentos conceituais.

Que entende-se por comunicação?

Em termos interpessoais, organizacionais y midiáticos, a comunicação supõe a difusão e o intercâmbio de informação, opiniões e dados, mas não só tem que ser compreendida como um veículo de transmissão. Em concordância com o acadêmico uruguaio Gabriel Kaplún, a comunicação é um processo de produção dialógica onde se produzem vínculos e sentidos.

Pois bem, **que sentidos ou significados se identificam nas ideias sobre a velhice e o envelhecimento?** O significado hegemônico -que é aquele que prima e que é compartilhado e “naturalizado” pela maioria da sociedade em um momento determinado- encontra-se associado à perda, a carência, a solidão, o isolamento, a inatividade, a incapacidade de aprender e ao destino “inevitável” a ser cuidado/a. Não se trata de um significado recente. Historicamente a velhice tem sido concebida como um problema e assim tem apontado numerosos autores/as ao longo dos anos e desde distintas disciplinas.

Como e que se diz das pessoas adultas idosas? É possível identificar velhistas ou idadistas -naturalizados- em diálogos ocasionais que se dão nos espaços cotidianos -escola, bairro, família, trabalho-, assim como nas manchetes, comentários e imagens que circulam nas mídias de comunicação tradicionais -o rádio, a televisão, o cinema, os jornais- e os novos entornos digitais.

Durante os primeiros meses da pandemia, as notícias não cessaram de contabilizar a quantidade de mortes e os casos de contágios, especialmente em residências de longa estadia e pôde-se observar a “mídiação orquestrada” de uma única velhice: a dependente. Esta mirada reducionista não só ignora, mas também invisibiliza outras velhices, outras formas de viver e, progressivamente, as corrói até desempodera-las.

A linguagem constrói o mundo e se apresenta, ao mesmo tempo, como um espaço onde questionar e disputar os “sentidos comuns” naturalizados. Carregado de material simbólico e de relações de poder, a linguagem pode exercer violência simbólica, às vezes de maneira mais identificável ou explícita que outras.

Para a geração de um mundo para todas as idades resulta imprescindível que as discriminações -simultâneas e múltiplas- “saíam à luz” porque, em palavras de Stephany Bravo-Segal, “não visibilizar ou manter uma atitude passiva diante ao discurso idadista (e velhista) se traduz em uma cumplicidade dos maus tratos e violência simbólica que experimentam as pessoas adultas idosas”.

Criar uma cultura em favor de envelhecer, e ter consciência de isso desde as gerações mais novas, é criar uma cultura em favor da vida. Os novos valores e significados tem que possibilitar-nos continuar sendo até o final do percurso da vida. O grande desafio que os Estados, as mídias e a sociedade toda é comunicar para humanizar, para reconhecer, para empoderar; comunicar para transformar. 

SUMARIO ^





Josefina Valisena, 72 años, Buenos Aires, Argentina 

Durante los últimos 20 años me desarrollé como Asistente Gerontológica y fui presidenta de una Cooperativa (de la que he sido fundadora junto con otras compañeras) de Cuidados Domiciliarios, que surgió de una necesidad territorial en Monte Chingolo. Actualmente estoy cursando la Licenciatura de Justicia y Derechos Humanos en la Universidad Nacional de Lanús (UnLa) y participo en el Taller de Comunicación Social de esa casa de estudios.

Fundamentalmente, considero muy importante que el tema de la vejez sea puesto en evidencia porque, simplemente, es algo que nos ocurre a todas las personas. Tenemos que poner énfasis en romper los estereotipos que cargan con connotaciones peyorativas.

Creo que muchas veces somos las mismas viejos/as que no nos permitimos vivir el momento presente, comparándonos con tiempos pasados, y haciendo fuerza por mostrar que no nos cansamos, que nos cuestan hacer algunas cosas o reconocer algunas discapacidades, y esto suele traer aparejado encierro y angustias, sumado que ante la consulta a un profesional, rápidamente se medicaliza.

En otros espacios, por ejemplo, en los centros de jubilados también hay una mirada reduccionista porque sólo proponen actividades lúdicas o paseos "para entretener a los abuelitos".

Los medios tienen mucha responsabilidad en el imaginario que tenemos sobre la vejez, es común escuchar "elogios" a la juventud con dichos como "volver a ser jóvenes", "no se le nota la edad". Las publicidades y las industrias farmacéuticas abundan en recomendaciones para ocultar los años, con crema y complejos vitamínicos. Todo eso crea una falsa expectativa

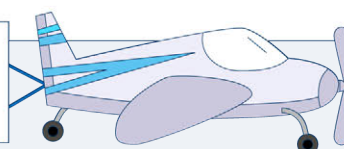
y vemos a las personas viejas que luchan por parecer jóvenes.

Socialmente no esperan que podamos hacer determinadas cosas. Cuando a los 69 años tomé la decisión de comenzar la Licenciatura de Justicia y Derechos Humanos, los comentarios de mi familia fueron: "a esta edad de qué te sirve"; "cuando termines quién te va a tomar a trabajar"; "te ponen buenas notas por que sos vieja". Me sentí discriminada.

Ya estoy cursando el cuarto año, esto amplía mi espectro sobre cómo quiero vivir mi vejez, y deseo participar activamente para cambiar esta visión viejista que está muy arraigada en la comunidad. Participo en todo lo que puedo, a pesar de tener una discapacidad motriz y manejarla con bastón.

Por mi carácter aunque me digan cosas discriminatorias, no me afectan demasiado, porque me gusta seguir mis deseos. Incluso, Recibí muchas críticas por dejarme el pelo blanco, al no teñirme gané libertad y me siento bien con mi cabello de este color blanco brillante.

Sigo activa en la pandemia, he podido participar de muchos conversatorios en diferentes lugares de Latinoamérica, especialmente promoviendo una vejez activa y participativa. Quizás de otro modo, me hubiese sido imposible concurrir. Las propias personas tenemos que remarcar que somos sujetos titulares de todos los derechos humanos. Tenemos que sentir que somos protagonistas activos de esta parte de la vida, que podemos reconstruirla y mejorar junto con las generaciones más jóvenes para poder crear una sociedad más equitativa.



ARGENTINA

LA CONCEPCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN PAMI

“Las personas mayores son el centro de todas las decisiones y, por supuesto, las acciones comunicacionales se posicionan sobre este núcleo estratégico de la gestión que busca fortalecer el paradigma de derechos humanos”, afirma Guido Volnovich, a cargo de la Gerencia de Comunicación y Relaciones Institucionales del Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados, PAMI.

El actual equipo de trabajo asumió en diciembre de 2019 y presenta un esquema de trabajo dividido en 6 áreas con tareas y objetivos específicos: **Contenidos, Comunicación Audiovisual, Comunicación Institucional, Redes sociales, Plataformas digitales y Prensa.**

Todas las acciones y políticas que se llevan a cabo desde PAMI asumen el enfoque de la Gerontología Comunitaria que concibe a las personas mayores como sujetos de derecho y promueve su participación en tanto valioso aporte para el desarrollo de la comunidad. Asimismo, “esta concepción considera las cuestiones de género y aborda las vejezes y los envejecimientos desde una mirada holística, integral, porque queremos aportar a la construcción de una sociedad para todas las edades”, resaltó el equipo de comunicación.

Desde este marco, todas las producciones y publicaciones escritas y/o audiovisuales se concentran en alrededor de 5.000.000 de personas afiliadas a PAMI que residen en diferentes zonas de Argentina, y que presentan sus particularidades y diversidades culturales. En relación a ello, “uno de los principales cambios de esta gestión fue la incorporación de personas mayores reales en contextos reales en todas las piezas comunicacionales, en contraposición al uso de recursos estereotipados de bancos de imágenes que solía realizarse. Es importante visibilizar, comunicar los rostros, los hábitos, los mundos de todas estas personas en tanto miembros activos de la comunidad que construyen y dan identidad a PAMI”, destacó el área Comunicación Audiovisual.

El área de **Contenidos** se encarga de velar por el cumplimiento de la estrategia general de la Gerencia de Comunicación y Relaciones Institucionales que tiene 2 ejes centrales: el buen trato y la lucha contra el viejismo. Su trabajo garantiza que cada pieza comunicacional se desarrolle en base a las definiciones y derechos que marca la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores, Ley 27.360.



| Todas las acciones que se llevan a cabo desde PAMI asumen el enfoque de la Gerontología Comunitaria que concibe a las personas mayores como sujetos de derecho.

| Fuente: PAMI

De esta manera, **Contenidos** se constituye como un área transversal y rector de la línea de comunicación de PAMI, generador de insumos para el resto de los sectores y para las más de 600 agencias de todo el territorio argentino. Su función es clave para la producción de un mensaje claro, directo y unificado de las políticas que diseña e implementa la Dirección Ejecutiva. El equipo garantiza que las piezas de comunicación no contengan lenguaje o estereotipos viejistas en las fotografías, íconos, animaciones, videos, expresiones u otro recurso. Asimismo, los mensajes se van adaptando de acuerdo a las demandas y necesidades de cada localidad, tarea que se realiza de forma articulada con las autoridades de cada jurisdicción.

Es importante destacar que, por las características de la institución, una línea muy importante es la de “comunicación de servicios”, ya que “nuestra responsabilidad es informar acerca de las novedades y prestaciones que la obra social ofrece a sus afiliadas y afiliados, para lo cual trabajamos en darle forma a un mensaje claro no sólo desde el contenido sino desde el lenguaje audiovisual”, explicó el área.

Uno de los ejes estratégicos de PAMI es el acceso a los servicios de manera simple y rápida a través de las nuevas tecnologías. En este sentido, la pandemia fue un desafío y una oportunidad, ya que en tiempo récord se digitalizaron la mayoría de los trámites que hasta principios de 2020 se hacían de manera presencial.

La digitalización de los trámites que se pueden hacer a través de la página institucional www.pami.org.ar permitió que las personas afiliadas pudieran respetar el distanciamiento social sin descuidar su salud ni el acceso a los servicios y prestaciones de la obra social. Esta nueva modalidad implicó para el área un gran reto porque “hubo que habitar a las personas mayores, que no siempre manejan la tecnología, a aprender a usar las nuevas herramientas. El resultado es muy exitoso y las afiliadas y los afiliados cada vez más usan estos canales”, reivindicó el área.

Para llevar adelante toda esta digitalización fue clave el área de **Plataformas digitales** que adaptó la página web institucional para que

fuera accesible y amigable para las personas mayores. Además, entre sus competencias se destaca el armado y diseño de Comunidad Pami (ver recuadro) y de todas las plataformas que tiene PAMI para comunicar sus servicios, como Upami, el Portal de Médicas y Médicos de Cabecera y el Portal de Prestadores.

En cuanto a los lineamientos técnicos de la construcción de materiales de difusión, el área de **Comunicación Audiovisual** promueve y asegura la accesibilidad de los contenidos. Las piezas de diseño gráfico están determinadas por el uso de colores fuertes de la paleta institucional y de tamaños recomendables de tipografía. La producción y edición de videos contempla el acompañamiento de subtítulos, gráficas accesibles y el respeto de los tiempos de lectura. La calidad de los productos es un factor clave para alcanzar el objetivo de comunicar las políticas públicas que se llevan a cabo, así como las actividades de las autoridades y por supuesto, la mirada de personas mayores, protagonistas y destinatarias de las acciones.



Trámites Web

Ingresa a **pami.org.ar**
y hacé todos tus
trámites desde tu casa.

| Uno de los ejes estratégicos de PAMI es el acceso a los servicios de manera simple y rápida a través de las nuevas tecnologías.

| Fuente: PAMI

Todas las piezas audiovisuales evitan representaciones discriminatorias e incluyen historias de afiliados/as y trabajadores/as de PAMI, quienes expresan por escrito su voluntad de participación. “Las personas mayores son el centro de todas las decisiones y, por supuesto, las acciones comunicacionales se posicionan sobre este núcleo estratégico de la gestión que busca fortalecer el paradigma de derechos humanos”.

Por su parte, el área **Comunicación Institucional** se encarga de la difusión de las campañas y lanzamientos de publicaciones destinados a públicos definidos, entre ellos, médicos de cabecera y prestadores de PAMI. En relación a este grupo, se destaca que, por primera vez en su historia, PAMI lanzará un newsletter con información de relevancia para la comunidad vinculadas a las prestaciones y a las novedades de la obra social. Asimismo, el área incluye la comunicación interna que dialoga con el personal de PAMI a través de un newsletter quincenal que reúne las principales acciones y noticias.

Durante el último año, la fuerte presencia de la virtualidad generada por la pandemia impulsó todo el trabajo que se lleva a cabo a través de las **Redes sociales digitales** de la institución: Facebook y Twitter. Las acciones provocaron un crecimiento significativo de seguidores, en diciembre de 2019 Facebook tenía 790.827 y en la actualidad asciende a 834.796; Twitter contaba con 27.405 y ahora supera los 48.800 seguidores.

“El principal objetivo que nos planteamos desde la gestión de las redes sociales fue generar un acercamiento con las personas afiliadas, realizando una escucha activa para crear contenidos a partir de sus demandas”, explicó el área. “Para eso, planteamos una escritura más simple en los posteos, trabajamos de forma articulada con diferentes áreas de PAMI para aumentar la capacidad de respuesta, realizamos planificaciones mensuales y semanales que tuvieran en cuenta las principales demandas prestacionales”. Asimismo, la ampliación del equipo de respuestas, que incorporó más

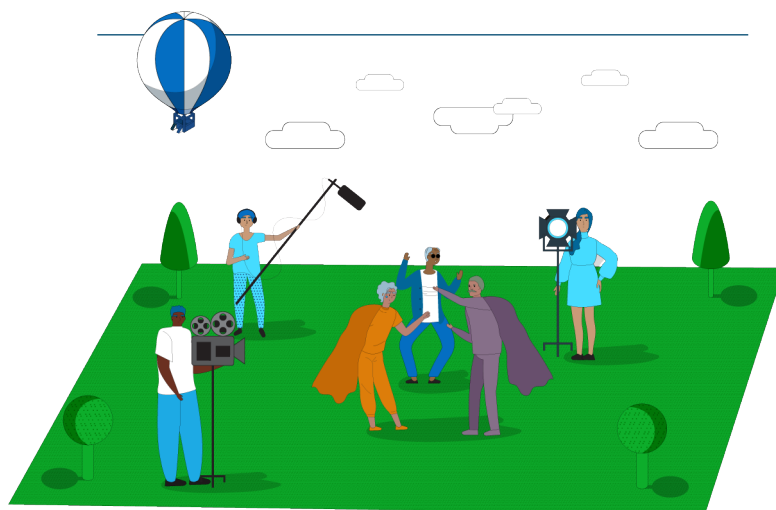
personal e incluyó fines de semana y feriados, posibilitó hacer un seguimiento cercano y personalizado de cada inquietud planteada por las personas mayores a través de los canales de consulta.

En relación a **Prensa**, a la tarea habitual de difusión a través de gacetillas de la agenda institucional y de las autoridades de PAMI, especialmente de su Directora Ejecutiva, Lic. Luana Volnovich, se sumó una nueva línea para informar sobre todas las actividades que se realizan a favor de las personas mayores: la campaña No al viejismo, la promoción del buentrato, los seminarios de capacitación, entre otras.

Por último, en este tiempo, se destaca la creación de la **Red Federal PAMI** con el fin de consolidar un entramado de comunicación alternativa y democrática. Se trata de una plataforma autónoma de producción periodística que distribuye piezas audiovisuales y radiales con contenidos informativos del Instituto a medios comunitarios o de baja potencia de todo el país.

”

“UNO DE LOS PRINCIPALES CAMBIOS DE ESTA GESTIÓN FUE LA INCORPORACIÓN DE PERSONAS MAYORES REALES EN CONTEXTOS REALES EN TODAS LAS PIEZAS COMUNICACIONALES, EN CONTRAPOSICIÓN AL USO DE RECURSOS ESTEREOTIPADOS DE BANCOS DE IMÁGENES QUE SOLÍA REALIZARSE”



La comunicación con las personas afiliadas

El diálogo con las personas mayores afiliadas y sus familias se sostiene a través de la página **web institucional**, un newsletter semanal, y mediante **Comunidad PAMI**, una plataforma multimedia creada a inicios de la pandemia generada por el COVID-19 con el fin de acompañarlas durante el aislamiento social, preventivo y obligatorio, y evitar la soledad no deseada. Se trata de una herramienta exitosa desde el punto de vista comunicacional que brinda talleres virtuales, comparte entrevistas a personajes relevantes de la cultura que reflexionan sobre sus propias vejez y cuenta historias de personas mayores que viven en distintos puntos de Argentina.

La **Biblioteca PAMI** también se conformó como un espacio importante de información y contiene diferentes guías de recomendaciones, entre ellas: **Buen Vivir**, una guía de buenas prácticas para el autocuidado de la salud de las personas mayores; **¿Cómo saber si tengo dificultades con la memoria?**, que tiene por objetivo responder algunas preguntas que las personas mayores suelen hacerse sobre estos temas; **Residencias Cuidadas**, una guía con recomendaciones para los equipos de trabajo de las residencias de larga estadía, las personas residentes y sus familias; y **Buentrato a las personas mayores**, una publicación dirigida no solo a trabajadoras y trabajadores, sino a médicos y médicas de cabecera y prestadores de Pami, como, por ejemplo, las farmacias.



| Comunidad PAMI, una plataforma multimedia creada a inicios de la pandemia con el fin de acompañar a las personas mayores durante el aislamiento y evitar la soledad no deseada.

| Fuente: PAMI

El Lenguaje inclusivo

En un marco de ampliación y consolidación de derechos, a inicios de 2020, la Directora Ejecutiva de Pami, Luana Volnovich, firmó una resolución que señalaba en su artículo 1 la capacitación obligatoria en género, establecido por la Ley Micaela* (27.499) para todo el personal de PAMI; asimismo, en su artículo 3 planteaba la relevancia de “instruir a las distintas Secretarías y Gerencias de este Instituto a los efectos de que las futuras disposiciones, circulares y demás instrumentos normativos sean redactados en lenguaje inclusivo de género”.

El diseño y la implementación de estas acciones estuvieron a cargo de la Secretaría de Derechos Humanos, Gerontología Comunitaria, Género y Políticas de Cuidado, creada para potenciar todos estos temas en el organismo y en el país. Su titular, la Dra. Mónica Roqué, manifestó que “la Dirección Ejecutiva del organismo reconoce que abordar el lenguaje no es un tema menor. La violencia simbólica opera justamente a través del lenguaje y debemos atender las cuestiones culturales y comunicacionales que históricamente han estigmatizado y vulnerado a grupos sociales, tales como las personas mayores, las mujeres, las personas travestis, trans y otras identidades”.

Todas las disposiciones e instrumentos internos son redactados conforme a la **Guía para el Uso del Lenguaje** la cual expresa que “las recomendaciones de uso de un lenguaje inclusivo no son restricciones a la libertad lingüística de quienes hablamos, todo lo contrario: es la posibilidad de que más voces puedan expresarse y sentirse representadas”.

*La **Ley Micaela** -promulgada como respuesta a las demandas hacia el Estado, tras el femicidio de la joven Micaela García en 2017- establece la capacitación obligatoria en la temática de género y violencia contra las mujeres para todas las personas que se desempeñan en la función pública y en todos los niveles y jerarquías de los tres poderes del Estado.

Campaña No al Viejismo

En el marco del 1° de octubre de 2020, Día Internacional de las Personas Mayores, PAMI y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual lanzaron la **Campaña No al viejoismo**, con el objetivo de visibilizar a las personas mayores como sujetos de derecho.

“Hay una amplia aceptación de creencias negativas sobre las personas mayores a través de frases comunes que refuerzan los prejuicios; y ahí es donde radica el riesgo del viejoismo porque opera implícitamente y, aún sin la intención de dañar y excluir, daña y excluye. Por eso nos proponemos terminar con todas estas formas de discriminación”, dijo la Directora Ejecutiva de PAMI, Luana Volnovich

Por su parte, la Defensora del Público, Miriam Lewin, aseguró: “Las personas mayores aparecen poco en los medios y cuando lo hacen es en las secciones de policiales y asuntos previsionales. Se las estereotipa, se las infantiliza, se las discrimina, se las limita, no se les da voz. Es necesario un cambio de paradigma en los medios y en la sociedad. Por eso iniciamos esta alianza para promover una toma de conciencia que termine con el viejoismo y lograr que prevalezca una valoración positiva y una participación activa de los y las mayores en radio y televisión”.

La iniciativa que indaga sobre **¿Qué es el viejoismo?** fue acompañada por referentes de la cultura argentina, entre ellas/os: la investigadora Dora Barrancos, la cantante Teresa Parodi, el músico y humorista Rudi Chericoff, el historiador Pacho O'Donnell, la ex modelo Anamá Ferreira y el director y productor teatral Pepe Cibrian.

Asimismo, ambos organismos presentaron un documento con **Recomendaciones para el tratamiento de la información sobre personas mayores, vejez y envejecimiento** en el que reconocen que “las acciones de los medios y sus profesionales son fundamentales en términos de la construcción cultural”. ♦



| Portada del documento “Recomendaciones para el tratamiento de la información sobre personas mayores, vejez y envejecimiento”.

| Fuente: PAMI

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

A CONCEPÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO EM PAMI

“As pessoas adultas idosas são o centro de todas as decisões e, com certeza, as ações comunicacionais posicionam-se sobre este núcleo estratégico da gestão que procura fortalecer o paradigma de direitos humanos”, afirma Guido Volnovich, a cargo da Gerência de Comunicação e Relações Institucionais do Instituto Nacional de Serviços Sociais para Aposentados e Pensionados (PAMI). ♦

♦ SUMARIO ^



“NUESTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN PERSIGUEN FAVORECER UNA NUEVA MIRADA SOBRE LA VEJEZ Y SUS PROTAGONISTAS: LAS PERSONAS MAYORES”

En diálogo con el equipo* de **Matia Fundazioa**, abordamos definiciones, miradas, experiencias y desafíos sobre el eje temático de este Boletín y profundizamos sobre #100fluencers, una de las últimas iniciativas de la Fundación que pretende volver a conectar a las personas mayores con las redes sociales y eliminar los estereotipos que circulan en el mundo digital.

Pregunta. ¿Cómo conciben a la comunicación en la Fundación?

-

Respuesta. En principio, para nosotros/as es fundamental que la comunicación que hacemos gire en torno a nuestro propósito, “acompañar a las personas en su proceso de envejecimiento para mejorar su bienestar, generando conocimiento y servicios personalizados que promuevan su autonomía y dignidad”. Al mismo tiempo buscamos cumplir con nuestra meta: ser un agente de transformación social que, de forma sostenible, dé respuesta experta, y centrada en las personas, en el ámbito del envejecimiento y la discapacidad. En otras palabras, nuestras acciones de comunicación persiguen favorecer una nueva mirada sobre la vejez y sus protagonistas: las personas mayores. Aspiramos a acompañar una transformación social pendiente que aliente una narrativa basada en la diversidad, la autonomía, las capacidades de estas personas, y, cómo no, el buen trato.

Por estas razones centramos nuestra labor en mostrar que la persona y su proyecto de vida son la esencia de un buen acompañamiento; apoyar la diseminación de aspectos relacionados con la investigación en el ámbito de la gerontología y los cuidados, como un elemento clave para el replanteamiento de los cuidados de larga duración; y poner en valor a las personas mayores, como lo que son, personas de pleno derecho, tengan la edad que tengan.

Pregunta. ¿Qué estrategias y líneas de acción relacionadas a la comunicación y a las personas mayores fueron desarrollando a lo largo de los años?

-

Respuesta. Hemos puesto en marcha muchas estrategias de comunicación, entre ellas se destacan la elaboración de los documentales

“**Matia Zure Etxea** (Matia tu Casa, cómo se vive en uno de nuestros centros) y **Matiazaleak** (La importancia del voluntariado en nuestra fundación); la Campaña con motivo del 1 de octubre “Día internacional de las Personas Mayores **#SoyMayorSoyComoTú** (cuatro ediciones con otras entidades afines); los vídeos “**Ponte en mi Lugar**” que abogan por el Buen Trato y de proyectos de investigación como “**Bakardadeak** (Soledades) o “**Barner Hartu**” Cómo envejecer en un centro de inclusión social. Entre las últimas, **#100fluencers** y **#LaEdadDeLaDiversidad**.”



| Pieza de la campaña **#LaEdadDeLaDiversidad** con motivo del Día Mundial de la toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez.

| Fuente: Matia Fundazioa

*Nuestro agradecimiento a Elena del Barrio, Codirectora de Matia Instituto; Juan Carlos Mejía, Gestor de Contenidos; Gorka Alías, Responsable de Comunicación y Marketing; y a Ainhoa Arrillaga, Responsable de MatiaZaleak.

#100fluencers: una iniciativa para volver a conectar a las personas mayores con las redes sociales

Pregunta. ¿Cómo nació la idea de #100fluencers? Es decir, ¿a partir de qué marcos o datos definieron la campaña?

-

Respuesta. Matiazaleak son todas aquellas personas o entidades que nos identificamos y colaboramos con el propósito de Matia y aquí es donde nació a finales del 2019, #100fluencers, desde la consciencia de la importancia de los medios digitales, la fuerza de la comunicación, la necesidad de objetivar para luego actuar. Vivimos en una sociedad cada vez más digital, pero no tan respetuosa ni integradora con todos los segmentos de edad. Es por ello que tenemos necesidad de objetivar y lo hemos hecho a través de un estudio de investigación pionero que diseñamos.

Tal como apuntan los resultados de una encuesta reciente realizada por la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (Mayores UDP), en los últimos años la brecha digital se ha ido reduciendo de manera constante y significativa (14 puntos porcentuales en relación a 2019 y 27 con respecto a 2017).

La digitalización es cada vez mayor y con la pandemia se ha potenciado de una manera inimaginable, pero junto a ese dato, sin duda positivo, hemos podido evidenciar la pervivencia de ese tipo de comunicación simplista, estereotipada, cargada de valores negativos al hablar de personas mayores. Es por ello, que nos parece necesario y pertinente hacer un llamamiento a romper con una inercia que socaba el bienestar y alimenta ese trato inadecuado que se inflinge a la población mayor. Es aquí donde se encuadra la iniciativa #100fluencers.

En un mundo hiperconectado no podemos abandonar a su suerte a aquellos/as que precisan de un pequeño empujón para incorporarse a este espacio digital. Es importante que estemos todos/as conectados/as, por los beneficios que aporta la conexión, y los beneficios que aporta la presencia de todos los grupos de edad.

Pregunta. ¿Cómo está integrado el equipo de trabajo?

-

Respuesta. El equipo de trabajo está liderado por Matiazaleak e implica a todas las áreas de nuestra fundación: Equipo para la coordinación y consecución de la iniciativa; Equipo de investigación de Matia Instituto; Equipo

de creación audiovisual; y el Equipo para capacitación.

Pregunta. ¿Cómo está compuesta y distribuida esta iniciativa?

-

Respuesta. Tiene tres apartados diferentes que pueden funcionar de una forma independiente, pero que se complementan en un mismo objetivo:

1• Estudio de investigación sobre análisis de estereotipos del envejecimiento en las redes sociales: consta de hacer un estudio que analice las etiquetas y estereotipos vinculados al envejecimiento y su evolución en redes sociales, medios de comunicación digitales y literatura científica. Se realizará una metasíntesis cualitativa a partir de una revisión sistemática de las redes sociales, los medios de comunicación digital y la literatura científica, con el propósito de describir la evolución de los estereotipos asociados al envejecimiento en la última década.

2• Sensibilización sobre las miradas del envejecimiento: se creará una colección audiovisual de conversaciones entre distintas generaciones sobre qué significa envejecer para visibilizar la diversidad de las vidas en marcha. Hemos dado inicio a este apartado, con la creación de dos capítulos, disponibles en canal [YouTube](#) y redes sociales de Matia.

3• Promover acciones que busquen la capacitación de las personas mayores con los medios actuales, de forma que se puedan integrar y manejar sus necesidades diarias, al igual que cualquier otra persona, al margen de la edad.

Pregunta. ¿Cuál es el nivel de participación de las personas adultas mayores?

-

Respuesta. Las personas mayores tienen su parte fundamental en la fase 3 del proyecto. Son ellas las protagonistas en definir cómo y en qué necesitan ser formadas para no quedarse fuera del mundo digital.

Pregunta. ¿Qué herramientas de investigación utilizan?

-

Respuesta. Lo definiremos en mayor profundidad cuando logremos la financiación. Como os hemos comentado, queremos que este estudio analice las etiquetas y estereotipos vinculados al envejecimiento y su evolución en redes sociales, medios de comunicación digitales y literatura científica.

Se realizará una metasíntesis cualitativa a partir de una revisión sistemática de las redes sociales, los medios de comunicación digital y la literatura científica, con el propósito de describir la evolución de los estereotipos asociados al envejecimiento en la última década.



| #100fluencers, una iniciativa para volver a conectar a las personas mayores con las redes sociales.
| Fuente: Matia Fundazioa

Pregunta. ¿Qué resultados esperan de #100fluencers?

-

Respuesta. Esperamos provocar la conciencia y sensibilización hacia la conexión digital de las personas mayores e investigar sobre estereotipos en medios digitales, para que los/as usuarios/as seamos conscientes y críticos/as y apliquemos un lenguaje adecuado, no estereotipado, no edadista.

Pregunta. Hasta el momento ¿notan el apoyo y la participación de la sociedad, ya sea a través del crowdfunding habilitado en la web o en la compra de los productos solidarios de MatiaZaleak?

-

Respuesta. Hemos recibido mucho apoyo a nivel de difusión y muy buen feedback de lo que persigue la iniciativa. En cuanto a participación económica, todavía queda recorrido hasta lograr el presupuesto necesario para llevarlo a cabo. Es necesario que podamos seguir difundiendo la iniciativa y que se apoye de las diversas maneras habilitadas para ello.

“ ESPERAMOS PROVOCAR LA CONCIENCIA Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA CONEXIÓN DIGITAL DE LAS PERSONAS MAYORES E INVESTIGAR SOBRE ESTEREOTIPOS EN MEDIOS DIGITALES, PARA QUE LOS/AS USUARIOS/AS SEAMOS CONSCIENTES Y CRÍTICOS/AS Y APLIQUEMOS UN LENGUAJE ADECUADO, NO ESTEREOTIPADO, NO EDADISTA ”



| La iniciativa busca sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de las Redes Sociales para el bienestar de las personas mayores y profundizar en la ruptura de estereotipos en las mismas.
| Fuente: Matia Fundazioa

Pregunta. En los medios de comunicación y principalmente en las publicidades se representa a las personas mayores con determinadas características, generalmente reduccionistas y en ocasiones antagónicas (negativas o positivas). ¿De qué manera se puede trabajar este tema con los diferentes medios de comunicación? ¿Qué estrategias o instancias de sensibilización consideran adecuadas para contribuir a que representen diversas vejez?

-

Respuesta. Los medios de comunicación son una herramienta fundamental en el ámbito de la difusión de la imagen en cualquiera de sus formatos. A través de ellos se transmite, se enseña, se informa, se crean opiniones, etc., sobre la realidad que nos rodea. La televisión, la prensa e internet son medios

masivos que repercuten en la totalidad de la población.

En estos medios se continúa representando a las personas mayores cargadas de estereotipos. La imagen de la vejez ha sido durante largo tiempo negativa, vista como el último peldaño ante la muerte, y aún hoy se representa como contraposición a los valores de la juventud, aludiendo para ello a la decadencia, desgaste, pasividad, enfermedad, etc. Por otro lado, también se emplea, sobre todo en la publicidad, una imagen idealizada vinculada a valores de tradición, seguridad y sabiduría. Estas dos maneras tan antagónicas de ver la realidad caen por igual en el reduccionismo y tienen su origen en estereotipos, tanto positivos como negativos, que dibujan una foto simplista de un grupo de población y un proceso vital que es en realidad muy heterogéneo.

Cambiar la forma de mirar la vejez conlleva un cambio en su consideración y trato, con el fin de deshacerse de los estigmas tradicionales que afectan al imaginario social que se concretan en prejuicios y discriminación. En última instancia, este cambio de mirada incide en la autonomía, el empowerment, el bienestar y la calidad de vida de las personas mayores.

“LOS ESTEREOTIPOS, TANTO POSITIVOS COMO NEGATIVOS, DIBUJAN UNA FOTO SIMPLISTA DE UN GRUPO DE POBLACIÓN Y UN PROCESO VITAL QUE ES EN REALIDAD MUY HETEROGÉNEO”

Pregunta. Durante la pandemia de COVID-19, ¿consideran que se visibilizó y naturalizó un discurso “geronticida”?

-

Respuesta. La crisis de la COVID-19 ha impactado de forma muy estigmatizante en el imaginario social que tenemos sobre la vejez. Los estereotipos negativos en los que más se ha incidido son la homogeneización y la fragilidad. Respecto al primero, los 70 años ha sido la

etiqueta tras la cual se ha estandarizado a todas las personas mayores. Todas aquellas que han cumplido esa edad se han visto relegadas a una única característica, la fragilidad, ser población de riesgo. Esta etiqueta, que se ha repetido una y otra vez en los medios, unificando a varias generaciones de personas con muy diversos estilos de vida, estados de salud, identidades. Y se ha generado un estigma en torno a esa edad que creo que va a afectar a muchas personas mayores de manera individual.

En este sentido, algunos estudios ya evidenciaron cómo detentar percepciones negativas sobre el propio envejecimiento podría suponer una esperanza de vida menor; en concreto siete años menor. Esto quiere decir que si crees que ser mayor o ser viejo/a es negativo puedes vivir hasta 7.5 años menos que quienes viven esta etapa vital de forma positiva. Muchas personas mayores podrían no haberse sentido frágiles, en riesgo o percibir mala salud hasta ahora. La reiteración continua de este mensaje en los medios, en la política, en las familias, en la sociedad en general, puede promover la autopercepción negativa de uno/a mismo/a y fomentar la famosa profecía autocumplida.

Pero este imaginario negativo sobre lo que es ser mayor no sólo afecta directamente a las personas mayores, sino que impacta en la sociedad y en cómo ésta las trata. La discriminación, por ejemplo, es una de sus causas. En el debate político y social se han puesto situaciones claramente discriminatorias contra las personas mayores. La igualdad en el acceso a los recursos sanitarios (Unidades de Cuidado Intensivo y demás), el derecho a salir de casa o de la residencia. Un estudio del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) concluía que para salir antes de esta situación de crisis la solución era mantener en confinamiento domiciliario solo a las personas mayores y de riesgo y que el resto de la población hiciera vida normal. Aislar al “grupo de riesgo” por su salud, pero permitir el movimiento del resto de la sociedad para que la maquinaria económica siguiera en funcionamiento. Claro que aquí no se estaba teniendo en cuenta qué supone más riesgo para la salud de una persona mayor, si el riesgo de contagio o el aislamiento social.

“CAMBIAR LA FORMA DE MIRAR LA VEJEZ CONLLEVA UN CAMBIO EN SU CONSIDERACIÓN Y TRATO, CON EL FIN DE DESHACERSE DE LOS ESTIGMAS TRADICIONALES QUE AFECTAN AL IMAGINARIO SOCIAL QUE SE CONCRETAN EN PREJUICIOS Y DISCRIMINACIÓN”



| Imagen de la campaña #SoyMayorSoyComoTu, una iniciativa de [Grandes Amigos](#), [Matia Fundazioa](#), [Envejecimiento en Red](#), [Fundación Pilares para la Autonomía Personal](#) y [HelpAge International España](#), organizaciones que, desde distintos ámbitos, trabajan por los derechos y el bienestar de las personas mayores, unidas por un interés común: dar visibilidad y denunciar la desigualdad que acompaña el día a día de muchas personas en su proceso de envejecer.

| Fuente: SoyMayorSoyComoTu

Pregunta. ¿Cómo podemos combatir situaciones como la del popular hashtag #BoomerRemover?

Respuesta. Los discursos que se promueven en estos espacios pueden contribuir de manera destacada en la pervivencia o en el derribo de estereotipos. De ahí que, desde nuestros perfiles venimos trabajando mucho en la difusión de mensajes que alientan una mirada diversa y vital, pero para que esto vaya calando precisamos sumar apoyos para llegar mucho más lejos y con más fuerza. En los últimos años se venía visualizando un cambio en la imagen, mostrando una realidad más diversa de perfiles. Estas miradas eran promovidas por las nuevas generaciones de mayores que rechazan y rompen totalmente con el estereotipo tradicional de persona mayor. La empatía, ponerse en lugar

del otro, la escucha activa y las relaciones entre generaciones juegan un papel clave. Desde el trato igualitario, alejado de la minusvaloración, pero también de la veneración. Desde la reciprocidad, todos y todas damos y recibimos de la sociedad.

Pero quienes, sin duda, están rompiendo y romperán con los discursos edadistas y contra los estereotipos son las propias personas mayores. Son ellas las que desarmen etiquetas y moldes, reclamando una identidad propia alejada de la edad como factor determinante. Un dato que cada vez sirve menos para describir a una persona. Siguiendo la estela del sociólogo Zygmunt Bauman, vivimos en una sociedad líquida, de relaciones líquidas y donde también se diluyen las edades. La identidad de la persona se configura por variables que cada vez tienen más relación con el estilo de vida o el consumo y menos con la edad. ●

“QUIENES, SIN DUDA, ESTÁN ROMPIENDO Y ROMPERÁN CON LOS DISCURSOS EDADISTAS Y CONTRA LOS ESTEREOTIPOS SON LAS PROPIAS PERSONAS MAYORES. SON ELLAS LAS QUE DESARMAN ETIQUETAS Y MOLDES, RECLAMANDO UNA IDENTIDAD PROPIA ALEJADA DE LA EDAD COMO FACTOR DETERMINANTE”

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

“NOSSAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO PROCURAM FAVORECER UM NOVO OLHAR SOBRE A VELHICE E SEUS PROTAGONISTAS: AS PESSOAS ADULTAS IDOSAS”

Em diálogo com a equipe de Matia, abordamos definições, olhares, experiências e desafios sobre o eixo temático deste Boletim e nos aprofundamos sobre #100fluencers, uma das últimas iniciativas da Fundação. ●

● SUMARIO ^

CHILE

COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA: LAS PERSONAS MAYORES Y EL USO DE REDES SOCIALES

El Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA) del Ministerio de Desarrollo Social y Familia publicó cinco Manuales con definiciones y pasos a seguir para utilizar WhatsApp, Facebook, Messenger, YouTube y Mercado Libre.

Durante el último año, y en virtud de las condiciones pandémicas generadas por el COVID-19, el espacio digital se ha convertido en el principal lugar de encuentro e intercambio. La sociedad entera fue incorporando nuevas formas de relacionarse, hábitos y costumbres que precisan de nuevos conocimientos y habilidades para mantener los vínculos.

En particular, las personas adultas mayores asumieron un gran desafío y siguen haciéndolo para continuar con las medidas de cuidado: aprender a utilizar las nuevas tecnologías para mantenerse comunicadas e integradas con sus familiares, amigos/as y compañeros/as de distintas actividades que realizaban durante la presencialidad.

Es que aprender no sólo es un beneficio personal sino también social porque, por un lado, favorece la autoestima y empoderamiento de las personas mayores y, por el otro, las incluye en un momento histórico cultural que tiene características particulares y que define nuevas formas de habitar y conocer el mundo y, por ende, de comunicarse.

Actualmente, en Chile viven 3,5 millones de personas mayores que representan poco más del 19% de la población (CASEN 2017), y en 2050, se estima que ascenderá al 31%. De acuerdo a la Encuesta de Calidad de Vida del Adulto Mayor e Impacto del Pilar Solidario (2018), alrededor del 54% tiene conexión a Internet de manera directa, o a través de alguien en el hogar, alrededor del 80% cuenta con un teléfono celular y cerca del 50% posee un *smartphone*.

Respecto a los usos aplicados en los celulares se observa que el 85% de las personas

mayores lo usa para hablar; el 44% ocupa chat o WhatsApp; el 38% saca fotos o crea videos; el 29% usa mensajes de texto y el 29% utiliza redes sociales.

A partir de estos datos, SENAMA identificó la relevancia de fortalecer el derecho a la participación y al aprendizaje a lo largo de la vida mediante herramientas de alfabetización digital y, en un trabajo realizado en articulación con Uruguay, a través del Plan Ibaripitá, elaboró cinco Manuales que aportan a la inclusión comunicacional digital de las personas mayores y que recorren de manera práctica y sencilla cómo utilizar *WhatsApp*, Facebook, Messenger, YouTube y Mercado Libre.

| “Aprende junto a SENAMA”, aportes para la inclusión comunicacional digital de las personas mayores.

| Fuente: SENAMA

“A través de estas nuevas herramientas las personas mayores pueden aprender, paso a paso, cómo se debe descargar la aplicación en un celular, cómo se puede enviar un mensaje, subir una foto o crear un perfil en las aplicaciones más comunes de redes sociales”, expresó el Director de SENAMA, Dr. Octavio Vergara y destacó que “hemos visto durante este último año un crecimiento en el uso de estas plataformas, donde los hijos y nietos juegan un rol importante para apoyar a los adultos mayores, pero también queremos ayudar a quienes no cuentan con una red de apoyo y estos manuales son de mucha utilidad para este tipo de casos”.

En este aspecto, esta acción concreta que estimula y promueve la generación de nuevos vínculos y el diálogo con seres queridos, aporta también a la lucha contra la soledad no deseada, una de las problemáticas más importantes en estos tiempos porque atenta contra la autoestima, con el desarrollo psíquico, físico y emocional de quienes sienten que no tienen apoyos ni afectos. Así, los Manuales aportan al desarrollo y fortalecimiento del Programa Adulto Mejor de SENAMA que destaca que una de sus premisas es que las personas mayores se integren a la sociedad, que hagan redes, que no se aislen, que estén conectadas, que no se queden atrás y que la tecnología ayude a mejorar su calidad de vida.

Breve resumen de los ejes que recorren los Manuales elaborados por SENAMA:

- El Manual para el uso de Whatsapp explica cómo identificar si el mensaje ha sido o no enviado, si fue recibido o leído. Interroga: ¿Cómo comparto fotos y videos? ¿Cómo escucho y envío audios? ¿Cómo creo un grupo?
- El Manual para el uso de Facebook señala cómo acceder a la red desde un dispositivo; cómo crear un perfil y cómo cambiar una imagen; qué función tiene el muro.
- El Manual para el uso de Messenger plantea cómo iniciar una conversación con un contacto; cómo empezar una conversación con alguien fuera de la lista de contacto; cómo compartir fotos y videos.

- El Manual para el uso de Youtube ¿Qué es YouTube? ¿Cómo accedo desde mi dispositivo? ¿Cómo busco un video? ¿Cómo comparto un video en las redes sociales?
- El Manual para el uso de Mercado Libre ¿Qué es el comercio electrónico? Las ventajas; cómo comprar y vender por Internet; cómo acceder a Mercado Libre desde un dispositivo; cómo buscar un producto y cómo venderlo...



| Se espera que la campaña contribuya a que la sociedad tome conciencia de la problemática de la soledad no deseada y del maltrato hacia las personas mayores.

| Fuente: SENAMA

Campañas de Comunicación y Sensibilización

En 2020 y 2021 se destacan dos Campañas que SENAMA llevó a cabo con el propósito de reflexionar sobre dos problemáticas importantes: **la brecha digital y la soledad no deseada**.

- En octubre pasado, en el marco del Día Internacional de las Personas Mayores, SENAMA presentó la Campaña **#TúEresSuMejorInfluencer**, especialmente destinada a niños/as, adolescentes y adultos/as, con el propósito de invitarlos/as a intercambiar experiencias y conocimientos con las personas mayores para contribuir con el achicamiento de la brecha digital y con la inclusión social de todas las edades.

De acuerdo al análisis titulado “Brecha en el uso de Internet – una expresión de la exclusión social”,

realizado por la Fundación País Digital y basado en las últimas tres encuestas CASEN, en Chile, las personas mayores son el grupo con menor participación en el mundo digital.

El Director del organismo, Octavio Vergara destacó que, justamente, la **Campaña #TúEresSuMejorInfluencer** tiene la intención de “promover y fortalecer las relaciones intergeneracionales y crear lazos que permitan que las personas mayores puedan transmitir sus saberes a las nuevas generaciones, y que a la vez, aprendan de ellas sobre los beneficios del mundo digital”.

Campaña #TúEresSuMejorInfluencer



| Pieza de la Campaña Por el Buen Trato al Adulto Mayor "La soledad no es un juego, haz tú el primer movimiento".

| Fuente: SENAMA

- En junio de 2021, en virtud del Día de la Toma de Conciencia contra el Abuso, Maltrato y Abandono en la Vejez, SENAMA realizó el lanzamiento de la **Campaña Por el Buen Trato al Adulto Mayor "La soledad no es un juego, haz tú el primer movimiento"** a través de redes sociales.

El Director del organismo, Octavio Vergara, explicó que “en 2020 recibimos 428 casos de abandono social, lo que representa un incremento superior al 100% en comparación al año anterior (202 casos)” y en lo que va de 2021, “ya se han recibido más de 2 mil casos y consultas sobre maltrato a las personas mayores, por lo que se espera que esta

campaña contribuya a que tomemos conciencia de esta problemática y realicemos acciones que permitan otorgar más compañía y bienestar a este grupo de la población”.

Asimismo, durante 2020 se recibieron más de 40 mil llamados a través del Fono Mayor (800 400 035) y el maltrato a las personas mayores ocupó el sexto lugar de los requerimientos. De acuerdo a los datos de la Unidad de Derechos Humanos y Buen Trato, entre los principales apoyos que fueron requeridos por las personas mayores destaca la asesoría legal por parte del Defensor Mayor de SENAMA (25,2%), apoyo ante situaciones de violencia intrafamiliar (24,3%), situaciones de emergencia (17,1%) y derivaciones del Poder Judicial, principalmente a través de los Tribunales de Familia (16,3%).

Estos datos alarmantes marcaron la relevancia de hacer un llamado a la reflexión a toda la sociedad para destacar “la necesidad de hacer el primer movimiento, a tomar la iniciativa y realizar acciones que contribuyan a cambiar este escenario que termina por afectar fuertemente su calidad de vida”.

“Es un mensaje que llama a la acción, ya sea de la familia, los amigos, los vecinos y todo el entorno que existe alrededor de una persona mayor. Que nos dice que no debemos ser indiferentes y que con simples gestos es posible prevenir situaciones de abandono y hacer sentir a este grupo de la población con la relevancia que deben tener”, resaltó el director de SENAMA, Octavio Vergara.

Campaña "La soledad no es un juego, haz tú el primer movimiento" ♦

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

COMUNICAÇÃO E APRENDIZAGEM AO LONGO DA VIDA: AS PESSOAS ADULTAS IDOSAS E O USO DAS REDES SOCIAIS

O Serviço Nacional do Adulto Idoso do Ministério de Desenvolvimento Social e Família publicou cinco manuais com definições e passos a seguir para utilizar Whatsapp, Facebook, Messenger, YouTube e Mercado Livre. ♦

♦ SUMARIO ^

COMUNICAR Y TRANSITAR LA VEJEZ EN PRIMERA PERSONA

La periodista y escritora mexicana Patricia Kelly creó un canal de YouTube “**Vejez Creativa**” que ya supera los 120 mil suscriptores y que está basado en tres puntos vitales: mejorar la autoestima de las personas mayores, actualizar sus conocimientos en sexualidad y fomentar el envejecimiento activo y saludable.

Con más de 45 años de experiencia en medios de comunicación -radio, televisión, gráfica- la periodista egresada de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y especialista en temas de vejez y envejecimiento, Patricia Kelly, fue por más y, en 2018, creó su propio espacio audiovisual en la red social YouTube “**Vejez creativa**, para celebrar la vejez como una oportunidad más de desarrollo y crecimiento personal”, sostiene con convicción.

Los contenidos invitan a reflexionar y a cuestionar la cultura ‘viejista’ y discriminadora que “intenta despreciar esta etapa del ciclo vital”. Cada semana se suman nuevos temas, especialmente sobre sexualidad, derechos de las mujeres y envejecimiento activo y saludable. Los lunes a las 11:00 hrs., pueden agendar un encuentro con Patricia para dialogar en una instancia en vivo y sumarse a sus más de 120 mil suscriptores quienes también la apoyan desde **Instagram** y **Facebook**.

Pregunta. ¿Qué y cómo se debe comunicar más acerca de las personas mayores?

-

Respuesta. La primera gran idea que hay que combatir desde la comunicación es la que nos hace pensar que cuando arribamos a la vejez, llegamos al bote de la basura de la vida. Si bien esta etapa del curso de vida presenta numerosos cambios físicos, emocionales, mentales, no hay por qué satanizarla. La segunda idea supone responsabilizarnos de cómo llegamos a la vejez porque es consecuencia de nuestra vida anterior, si hicimos ejercicio, si comimos bien o mal, si dormimos lo suficiente. Los excesos y los descuidos nos pasan factura. No es un estado instantáneo que surge de la nada, la vejez es producto de nuestra vida misma.

Desde ya, los medios de comunicación deben participar de estos cambios. Mi propuesta en el canal de YouTube, **Vejez Creativa**, fue pensada con ese objetivo, mirar a la vejez desde una perspectiva diferente basada en tres puntos vitales: mejorar la autoestima de la persona mayor, actualizar sus conocimientos en sexualidad y fomentar el envejecimiento activo

y saludable. Algo semejante hago en Canal Once, espacio de la televisión pública mexicana. Los mensajes en los medios de comunicación y en las redes sociales deben cambiar, tienen que dejar de ser viejistas, derrotistas, deprimentes.

Pregunta. Claro, el viejismo circula y se consolida en la comunicación. ¿Cómo podemos luchar contra eso? ¿Cómo se puede aportar a prevenir y/o eliminar el edadismo y, fundamentalmente, el viejismo?

-

Respuesta. Quienes trabajamos en los medios fomentamos y promovemos el edadismo y el viejismo, reforzando los estereotipos negativos sobre la vejez y los positivos de la juventud como si fuera una etapa eterna. Hoy ya se sabe que viviremos más tiempo siendo viejos que jóvenes. Además la gran mayoría de los medios de comunicación, no todos, responden a intereses comerciales que promueven productos para “no envejecer”. Otro factor para tomarse en cuenta es que los mismos periodistas y generadores de contenidos no aceptan o temen su propio envejecimiento. Y por ello, su viejismo tampoco es cuestionado.



| Patricia Kelly, periodista, escritora y especialista en temas de vejez y envejecimiento.
| Fuente: Propia

Pregunta. Las redes sociales abrieron posibilidades para que las personas mayores, como en su caso, hagan escuchar su voz. ¿Qué tan importante es la participación de las personas mayores para generar una mirada más realista de la vejez, lejos de los prejuicios y estereotipos que aún hoy siguen circulando en los medios y en la sociedad?

Respuesta. Nuestra participación es fundamental. Sin embargo, debemos modelar, mostrar la vejez y el envejecimiento que deseamos. Es muy fácil tirar sermones y actuar de una manera diferente. Creo que hay suficientes ejemplos en las redes de líderes que nos muestran caminos alternativos para envejecer.

“LA PRIMERA GRAN IDEA QUE HAY QUE COMBATIR DESDE LA COMUNICACIÓN ES LA QUE NOS HACE PENSAR QUE CUANDO ARRIBAMOS A LA VEJEZ, LLEGAMOS AL BOTE DE LA BASURA DE LA VIDA. SI BIEN ESTA ETAPA DEL CURSO DE VIDA PRESENTA NUMEROSOS CAMBIOS FÍSICOS, EMOCIONALES, MENTALES, NO HAY POR QUÉ SATANIZARLA”



| Patricia Kelly, en el estudio del Canal Once, previo a la pandemia, cuando las personas mayores podían asistir al programa.

| Fuente: Propia

Pregunta. ¿Cómo nace la idea de crear el canal de YouTube Vejez Creativa?

Respuesta. Después de varios años de no encontrar respuesta en ninguno de los medios en los que yo proponía estos contenidos. Las respuestas eran que “no había presupuesto”, que “no era un tema que fuera importante”, etc. Por un lado, me parece que no se veía la necesidad de adelantarnos a todo lo que el crecimiento de este grupo etario representaría, y también había mucho viejismo.

En 2013, cuando buscaba editores para el libro “Mujeres Grandes”, las respuestas fueron similares: “ay, Patricia, los viejos no venden”, “¿a quién le importa los viejos?”. “El libro contenía 25 entrevistas con mujeres importantes de la cultura y la ciencia de México. Así que “Vejez Creativa” logró responder a una necesidad gestada en mi propio envejecimiento y mi desacuerdo con la forma en que nos miran. Cada día crece el número de personas que llegan a los sesenta y más con planes, con intereses, con ganas de seguir viviendo con calidad. Y también me queda claro que hay millones de personas que padecen las consecuencias de la pobreza y el abandono social y político, asiente la periodista.

Pregunta. Esta acción que surgió de tu propia necesidad, ¿qué recepción tuvo en la red?

Respuesta. Al principio muy baja. No faltó el ave de mal agüero que dijo que estábamos locos, que no íbamos a durar, pero poco a poco fuimos creando un público particular. No es fácil, hay que resistir y diseñar los temas que se programan. Tuve el apoyo de un grupo de profesionales de la comunicación que entendió el proyecto y me respaldó en la producción. Tenemos más de 500 videos y vamos por más.

Pregunta. ¿Y cuál es el nivel de participación de las personas adultas mayores en ‘Vejez Creativa’?

Respuesta. El mayor porcentaje está en personas de 55 a 64 años, después de 65 y más, aunque tenemos un amplio espectro en los que están entre los 45 y 54 años. Nuestro público más amplio está en la República Mexicana, pero

la presencia de otros países latinoamericanos es muy grande. Todos los videos grabados cuentan con la participación de personas mayores, pero el número más grande está en las transmisiones de los lunes, en vivo. Muchas personas maduras nos dicen que los contenidos les sirven para entender a sus padres.

Pregunta. ¿Alguna vez se sintió discriminada o estigmatizada por una frase o una imagen que vio en algún medio de comunicación?

-

Respuesta. No discriminada, sino invisibilizada. Hoy tengo 68, hace 15 años no encontraba un modelo que me inspirara, que me ayudara a entender la siguiente etapa de mi vida. Leí algunos textos, no me convencieron. Entonces buscamos a quienes nos parecía que tenían más idea que nosotras, de ahí surgió “Mujeres Grandes” y aprendí mucho de todas. Mujeres activas y destacadas en sus carreras que desearon hablar de su envejecimiento. Actrices, investigadoras universitarias, bailarinas, luchadoras por los derechos humanos, etc. Su testimonio fue fundamental y hoy comparto lo aprendido. No me guardo nada, todo está en cada uno de los guiones que escribo.

Pregunta. Por último, ¿qué recomendaciones o sugerencias les daría a estudiantes de periodismo, periodistas y a los y las docentes en relación a este vínculo “personas mayores y comunicación”?

-

Respuesta. Partamos del respeto a una etapa que quizá no podemos entender, pero tampoco debemos descalificar. Una de las alternativas para disminuir nuestros miedos respecto a la vejez, es alimentar la esperanza de que se puede vivir de otra manera, que tenemos una responsabilidad directa en su construcción.

Que las personas que vamos en avanzada estamos haciendo mucho por generar un cambio que tocará a las nuevas generaciones concluir. Sigo pensando que envejecer es un privilegio.

Sobre Patricia Kelly

La periodista y escritora tiene dos libros publicados: “Salud sexual para todos” y “Mujeres grandes”, escrito con Alicia Iburgüengoitia, en el cual, a partir de 25 entrevistas a mujeres mayores de 70 años, activas y destacadas en su medio, reflexionan sobre el proceso de envejecimiento.

En lo que respecta al mundo radiofónico, tanto privado como cultural, Patricia ha sido conductora de programas como “Prohibido Tocar”, “Estrenando Cuerpo”, “Íntimo”, “Parejas Disparejas”, “Mejorando tu vida diaria”, “Habla con Ellas”, entre otros.

Actualmente forma parte del equipo creativo y conduce “Aprender a envejecer” en Canal ONCE. Este espacio es su más reciente proyecto que busca, a través de 3 horas de transmisión, ofrecer a sus seguidores información, cultura y entretenimiento en torno al envejecimiento y la vejez. ♦

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

-

COMUNICAR Y TRANSITAR A VELHICE EM PRIMEIRA PESSOA

Patricia Kelly criou um canal em YouTube “Velhice Criativa” que já supera os 120 mil subscritores e que está baseado em três pontos vitais: melhorar a autoestima das pessoas adultas idosas, atualizar seus conhecimentos em sexualidade e fomentar o envelhecimento ativo e saudável. ♦

♦ SUMARIO ^





Carmencita Balestra, 67 años, Inhumas, Brasil



Estoy jubilada de una universidad donde trabajé 36 años y mis actividades de militancia a favor de las personas mayores comenzaron en 1980. En la actualidad soy presidente del Concejo Municipal de Mayores de Inhumas, miembro del Consejo Estadual de Personas Mayores, donde represento a la Asociación de Mayores Inhumas. Formo parte del Frente Nacional para el Fortalecimiento de Instituciones a Largo Plazo para Personas Mayores (FN-ILPI) y también de la Red Nacional de Formación de Cuidadores de Personas Mayores del Brasil.

He presentado proyectos de extensión universitaria dirigidos al público mayor, así como iniciativas municipales de políticas innovadoras en el área de vivienda y formación de cuidadores. Además, brindo capacitaciones online a nivel nacional sobre la formación de consejeros/as y la organización de residencias de larga estadía. Tengo mis problemas, mis necesidades, pero hago valer cada día que no perdí la vida por COVID19. Lo superé y aquí estoy. A los 67 años y cursando otra carrera, actuaré como abogada defendiendo los derechos de las personas mayores. No paré a tiempo, no me arrepiento del pasado y proyecto mi futuro. Llevo una vida plenamente satisfactoria.

He tenido experiencias en las que el tema de la discriminación por edad es muy evidente. Este 25 de junio compartí en el Servicio Social de Comercio de Goiânia una conferencia sobre el tema y presenté los chistes que se hacen para ridiculizar a las personas mayores. Usar el humor con prejuicios refuerza temas relacionados con los “ismos”. Les hablé de cuándo el chiste pierde la gracia y me ofende por ser una mujer mayor.

Hemos discutido tanto en el Consejo de Mayores como en el ámbito Nacional la

importancia de la comunicación en los temas de vejez frente al creciente envejecimiento de la población. Es urgente que sepamos utilizar y ser conscientes de la constante evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que han ido consolidando y cambiando el perfil de comunicación entre nosotros/as, las personas mayores, y para estar incluidos/as es necesario utilizar y apropiarse de los objetos tecnológicos. Se trata de una nueva realidad, por lo que será fundamental que las políticas públicas dirijan su atención hacia esta población y los cambios que la afectan, con el fin de promover las posibilidades de que las personas mayores participen activamente en la comunicación de la sociedad.

El debate sobre la vejez, o “ageismos”, es importante. Existen formas de prejuicio y estereotipos basados en la edad aún poco discutidos, que provocan discriminación contra las personas mayores y contribuyen a su marginación y eventual exclusión social.

Soy estudiante de derecho y me graduaré a finales de este año. En mi primer día de clase, una docente me preguntó qué estaba haciendo en ese salón de clases, porque a mi edad debería haber estado en casa. No me sentí avergonzada frente a mis colegas 40 años más jóvenes, sólo pasé estos 5 años luchando contra este tipo de prejuicios en la universidad y me convertí en una activista de 60+. No sólo me quedé en las clases, sino que voy a ser abogada.

Yo decido mis caminos y no acepto estereotipos de ningún tipo. Creo que todavía existe la necesidad de difundir que las personas mayores se empoderen y crean que somos los/as nuevos/as viejos/as de una nueva generación y los/as protagonistas de nuestra historia.

ESPAÑA

LA RED DE CIUDADES Y COMUNIDADES AMIGABLES CON LAS PERSONAS MAYORES DEL IMSERSO BRINDA INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN, SENSIBILIZA Y PROMUEVE LA INVESTIGACIÓN

La discriminación por edad genera abuso y maltrato hacia las personas mayores y su abordaje requiere de múltiples acciones comunicacionales, “se trata de una realidad que comienza a visibilizarse, pero que continúa estando oculta en la sociedad y con frecuencia queda relegada al ámbito privado”, manifestó en el **blog** de la Red la doctora Maite Pozo, Coordinadora del Programa, en el marco del Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez.

El 19 de diciembre de 2011, mediante una **resolución aprobada por la Asamblea General**, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) designó el 15 de junio como “Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez”. En el mencionado documento, la ONU insta a los Estados Miembro a que “refuercen e incorporen las perspectivas de género y de discapacidad en todas las políticas en materia de envejecimiento y a que combatan y erradiquen la discriminación por razón de edad, género o discapacidad”, y recomienda que los gobiernos “colaboren con todos los sectores de la sociedad [...] para modificar los estereotipos negativos sobre las personas de edad [...], y fomenten una visión positiva de las personas de edad”.

A 10 años de aquel 19 de diciembre, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), aproximadamente 1 de cada 6 personas mayores de 60 años sufrieron algún tipo de abuso en entornos comunitarios en el último año y, en instituciones como residencias y centros de larga estadia, las tasas de maltrato a personas adultas mayores siguen siendo altas: dos de cada tres trabajadores de estas instituciones indican haber infligido malos tratos en el último año.

Esta situación de abuso y maltrato, así como la discriminación a personas por motivos de edad se ha intensificado durante la experiencia pandémica provocada por el coronavirus. Así lo señaló Maite Pozo, responsable de la coordinación de la **Red de Ciudades y Comunidades Amigables con las Personas Mayores** en España liderado por el **Imserso**: “la pandemia ha puesto de manifiesto situaciones

de discriminación hacia las personas mayores que ya existían antes de la COVID-19 y que se han acentuado durante esta crisis sanitaria. Esta realidad llevó a muchos países a reclamar conjuntamente el respeto a los derechos y la dignidad de las personas mayores”.

Frente a este escenario, “el 11 de mayo de 2020, 140 países de las Naciones Unidas, entre los que se incluye España, emitieron una **declaración conjunta** reconociendo un incremento del edadismo y situaciones de negligencia y discriminación hacia las personas mayores durante la pandemia” expresó Pozo.

En la declaración conjunta, los países firmantes manifestaron su preocupación sobre “la situación de las personas mayores que están en cuarentena o en confinamiento con familiares o cuidadores y que también pueden enfrentarse a mayores riesgos de discriminación, violencia, abuso y negligencia. En este sentido, debemos ampliar nuestros esfuerzos y fortalecer las medidas para proteger a las personas mayores, en particular a las mujeres mayores, de cualquier forma de violencia y abuso de género”.

Al respecto, el Imserso, como Organismo de Referencia Estatal en materia de Servicios Sociales que se ocupa de manera prioritaria de las personas mayores y que promueve y protege sus derechos, lleva adelante diversas acciones para proteger a este grupo poblacional de cualquier forma de violencia y abuso.

Una de ellas, es a través de la Red de Ciudades y Comunidades Amigables con las Personas Mayores, proyecto promovido por la OMS en 2010 cuyo propósito es conectar ciudades,

comunidades y organizaciones en todo el mundo con la visión común de hacer de su entorno un lugar mejor donde envejecer dignamente y con calidad.

En el contexto actual, la OMS se ha involucrado en esta toma de conciencia, y considera que las ciudades y comunidades tienen un papel central para asegurar que el maltrato a las personas mayores se comprenda, gestione y, en última instancia, se evite.

Acciones de la Red de Ciudades y Comunidades Amigables con las Personas Mayores

En el marco del 15 de junio, Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez, la Red de Ciudades y Comunidades Amigables con las Personas Mayores, se unió a la toma de conciencia del abuso y maltrato en la vejez, una realidad que, según la doctora Maite Pozo, “supone una violación de los derechos más fundamentales y de la dignidad de las personas mayores”.

Asimismo, Pozo señaló que “la discriminación por edad genera abuso y maltrato hacia la personas mayores, se trata de una realidad que comienza a visibilizarse, pero que continúa estando oculta en la sociedad y con frecuencia queda relegada al ámbito privado. Sigue siendo uno de los tipos de violencia menos tratados en estudios e investigaciones, también de los menos denunciados debido a la indefensión que provoca, por eso faltan datos e información que faciliten la detección y la intervención”.

Al respecto, desde el Imsero se animó a los diferentes ayuntamientos que forman parte de la Red a conocer y trabajar esta realidad, y a proponer e implementar acciones en sus municipios dirigidas a:

- Mejorar la detección de situaciones de maltrato y abuso para poder prevenir o intervenir en estas situaciones.

- Visibilizar esta realidad, informando y sensibilizando a la sociedad.

- Formar y sensibilizar a profesionales que trabajan desde distintos ámbitos, principalmente social y sanitario, con las personas mayores.

- Promover estudios e investigaciones que contribuyan a mejorar la detección y la intervención posterior.

Asimismo, la Red instó a promover acciones dirigidas a fomentar el buen trato a las personas mayores como medida de prevención para superar el edadismo que está detrás de muchas situaciones de abuso o maltrato, mediante campañas de sensibilización, actividades intergeneracionales, ampliación de redes sociales y de apoyo.

“También en la atención y cuidado a las personas mayores cuando lo necesiten, el buen trato debe estar entre los principios irrenunciables de un sistema de cuidados ya sea en el domicilio o en una institución. Un modelo de cuidados basado en una atención integral que sitúe a la persona en el centro hasta el final de la vida, por delante de cualquier otra consideración, contribuirá sin duda al buen trato y al respeto a la dignidad y los derechos de las personas tengan la edad que tengan” puntualizó Pozo.



Campaña de sensibilización “Con respeto. Mejor”

Ciudad Amiga de las Personas Mayores, es un proyecto promovido para impulsar políticas que abordan la relación entre el envejecer y las diferentes generaciones, entre ellas las de las actuales personas mayores, entendiendo el envejecimiento como el proceso de optimización de las oportunidades de participación, salud y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida de quienes envejecen.

En Terrassa, ciudad y municipio español de la provincia de Barcelona, el abordaje de la Promoción de las Personas Mayores desde el Servicio de Promoción de las Personas Mayores de los últimos años se ha sustentado en el **Plan Ciudad Amiga de las Personas Mayores**, a partir del cual se han desarrollado 55 acciones estructuradas en ocho dimensiones: participación social y cívica; movilidad y transporte; accesibilidad y uso de los espacios públicos y privados; vivienda; servicios sociales y de salud; relaciones de apoyo y ayuda mutua; respeto, desigualdades y condiciones de inclusión y comunicación e información.

En el marco del eje “Relaciones de Apoyo y Ayuda Mutua” se llevó adelante la Campaña “**Con respeto. Mejor**” cuyo objetivo es sensibilizar a la ciudadanía respecto de las dificultades con las que viven las personas mayores. Se busca concientizar a la población sobre la necesidad de escuchar, respetar y valorar a este grupo etario, a través de diversos videos y fotografías, conversaciones y charlas que muestran situaciones cotidianas que viven las personas mayores a menudo y que no suelen ser entendidas por el resto de la sociedad.



Per sort,
enamorar-se i
ser feliç no és una
qüestió d'edat.

Amb respecte. Millor.



| “Por suerte, enamorarse y ser feliz no es una cuestión de edad”. Imagen de la campaña “Con respeto. Mejor”.

| Fuente: Ajuntament de Terrassa

La campaña se ha realizado con la participación de personas mayores y está dirigida especialmente a sus hijos/as, a jóvenes y niños/as de escuelas de primaria, secundaria, institutos y centros recreativos, así como a gremios profesionales, transportes, centros cívicos, residencias, asociaciones de vecinos, centros sanitarios, asociaciones de comerciantes, agencias de viajes y a la ciudadanía en general.



Els meus pares han
treballat tota la vida.
És just que decideixin
en què volen gastar-se
els seus diners.

Amb respecte. Millor.



| “Mis padres han trabajado toda la vida. Es justo que decidan en qué quieren gastar su dinero”.

| Fuente: Ajuntament de Terrassa

Puede acceder a los videos de la campaña “**Con respeto. Mejor**” haciendo [click aquí](#)

Fuente: blogciudades.imserso.es/



TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

A REDE DE CIDADES E COMUNIDADES AMIGÁVEIS COM AS PESSOAS ADULTAS IDOSAS DO IMERSO BRINDA INFORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO, SENSIBILIZA E PROMOVE A PESQUISA

A discriminação por idade gera abuso e maltrato para as pessoas adultas idosas e sua abordagem requer de múltiplas ações comunicacionais, dialogamos com a doutora Maite Pozo, Coordenadora do Programa.

◆ SUMARIO ^

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS)

“LA CAMPAÑA MUNDIAL CONTRA EL EDADISMO ESPERA CREAR UN MUNDO PARA TODAS LAS EDADES”

Conversamos con la Dra. Vânia de la Fuente-Núñez, encargada de dirigir la Campaña mundial contra el edadismo en la Organización Mundial de la Salud y co-autora principal del primer Informe mundial sobre el edadismo de las Naciones Unidas.

Pregunta. ¿Qué factores motivaron a ONU a diseñar e implementar una campaña contra el edadismo?

-

Respuesta. La campaña mundial contra el edadismo surgió en el año 2016 de una petición explícita de los 194 Estados Miembros de la OMS. En la Asamblea Mundial de la Salud que tuvo lugar en mayo de ese año se solicitó al Director General de la Organización Mundial de la Salud que desarrollase esta campaña mundial en cooperación con otros asociados (**Resolución 69.3**).

La adopción de esta resolución marcó un punto de inflexión. Se hizo evidente que sería imposible avanzar políticas y programas para las personas mayores a no ser que acabásemos con el edadismo. Si partimos de prejuicios y estereotipos hacia las personas de diferentes edades, es muy probable que el tipo de preguntas que nos hagamos y que las respuestas que propongamos estén sesgadas y por tanto no sean adecuadas. Los países reafirmaron su compromiso de abordar el edadismo en la **Década de Envejecimiento Saludable (2021-2030)**, declarada por las Naciones Unidas, donde la lucha contra el edadismo se incluyó como una de las cuatro áreas de acción y se destacó como un requisito previo para lograr las otras tres propuestas para los próximos 10 años.



| Originaria de España, la Dra. Vânia de la Fuente-Núñez también lidera el área de capacitación y formación sobre el envejecimiento saludable en países y regiones, apoyando el desarrollo de políticas y programas que mejoren la vida de las personas mayores, sus familias y comunidades.

| Fuente: Propia

Pregunta. ¿Qué resultados esperan y qué acciones o iniciativas concretas ha realizado la OMS en el marco de esta campaña?

-

Respuesta. La campaña mundial contra el edadismo espera crear un mundo para todas las edades; un mundo donde nuestra edad no sea usada para categorizar y dividir a la sociedad; un mundo donde no suframos



injusticias y desventajas por razón de nuestra edad. La creación de un mundo para todas las edades será clave para la cohesión social y para asegurar un envejecimiento saludable para todas las personas.

Nuestros esfuerzos en la OMS se han centrado durante estos años en establecer una base científica sólida en esta área. Gracias a estos esfuerzos hoy sabemos qué funciona para reducir el edadismo hacia los diferentes grupos de edad. También sabemos más acerca de su naturaleza, escala, efectos y determinantes. En definitiva, el **Informe mundial sobre el edadismo** que publicamos junto con otras organizaciones de las Naciones Unidas en marzo de este mismo año ofrece una guía a seguir para combatir el edadismo. Este informe está dirigido a los/as encargados/as de formular políticas, profesionales, investigadores, organismos de desarrollo y miembros del sector privado y la sociedad civil e incluye acciones específicas que cada uno/a puede realizar para ayudar a crear un mundo para todas las edades.

Ahora nuestro trabajo está centrado en el apoyo a países y regiones para implementar las estrategias que sabemos que funcionan para reducir el edadismo: políticas y leyes que aborden la discriminación y la desigualdad por edad, actividades educativas que fomenten la empatía y disipen ideas erróneas sobre los distintos grupos de edad, e intervenciones intergeneracionales que fomenten el entendimiento mutuo y la cooperación entre las distintas generaciones.

Asimismo, estamos desarrollando un instrumento para medir mejor el edadismo en los países y fomentando que se haga más investigación para comprender mejor este fenómeno. Por otro lado, continuamos mapeando quién está trabajando en este espacio para crear un movimiento verdaderamente mundial que cambie la forma actual de pensar, sentir y actuar frente a la edad y el envejecimiento.

“ LA CREACIÓN DE UN MUNDO PARA TODAS LAS EDADES SERÁ CLAVE PARA LA COHESIÓN SOCIAL Y PARA ASEGURAR UN ENVEJECIMIENTO SALUDABLE PARA TODOS ”



Pieza de la Campaña mundial contra el edadismo.
Fuente: OMS



Pregunta. “A nivel mundial, una de cada dos personas son edadistas contra las personas mayores”. Según tu opinión, ¿es el “viejismo” la discriminación más banalizada y aceptada socialmente? ¿Es la que menos se cuestiona?

Respuesta. Creo que es importante aclarar que **conceptualmente debemos hablar de edadismo y no viejoismo**. El edadismo hace hincapié en la edad como característica utilizada para la generación y aplicación de estereotipos, prejuicios y discriminación. Y como hemos visto el edadismo afecta a todas las edades. Hablar de “viejismo” reduce este fenómeno a las personas

mayores y de esta forma no nos permite poner el foco de atención en la edad como la característica que se usa para categorizar y crear desventajas a lo largo de nuestra vida. Por otro lado, el término “viejo” tiene connotaciones negativas en algunos países hispanoparlantes y por ello su uso también puede ser contraproducente.

También aprovecho para clarificar que el **edadismo no es igual a discriminación por edad**. El edadismo incluye la discriminación por edad, pero es más que esto ya que se refiere también a los estereotipos y los prejuicios basados en la edad. Este punto es relevante ya que acabar con el edadismo implicará necesariamente un enfoque en estas tres dimensiones.

Desafortunadamente el edadismo está ampliamente aceptado socialmente y está muy presente en una gran cantidad de instituciones. No es sólo que no se cuestione y se normalice, sino que hasta es objeto de risa a pesar de las repercusiones negativas que tiene. Muchos de los chistes que vemos hoy en día en relación a la edad son impensables para otras características como el género. Y mientras que escuchar un chiste machista genera mucho rechazo y no se tolera, chistes similares en relación a la edad son ampliamente aceptados. Queda mucho camino por recorrer, pero ya se ven semillas de cambio en diferentes países y esperamos que la campaña mundial contra el edadismo ayude a amplificar esfuerzos existentes y a crear otros nuevos.

Pregunta. El informe también señala que las intervenciones de contacto intergeneracional figuran entre las más eficaces para reducir el edadismo contra las personas mayores. Al respecto, ¿nos puedes brindar ejemplos de casos de éxitos o buenas prácticas?

Respuesta. Puntualizo que no sabemos la prevalencia mundial del edadismo hacia las personas jóvenes. Lo que sí sabemos es que en Europa las personas jóvenes reportan más edadismo que otros grupos de edad. Esta es la única región para la que tenemos datos acerca de

la prevalencia de edadismo hacia diferentes grupos de edad. Por lo tanto, no sabemos si las personas mayores reportan menos edadismo que otros grupos de edad a nivel mundial. Una cosa que sí se ha reportado en algún estudio es que el edadismo puede, en sí mismo, hacer menos probable que las personas mayores se asocien políticamente para promover sus derechos ya que asociarse de esta forma implicaría reconocer el propio envejecimiento y la pertenencia a este grupo de edad socialmente excluido.

Pregunta. El informe también señala que las intervenciones de contacto intergeneracional figuran entre las más eficaces para reducir el edadismo contra las personas mayores. Al respecto, ¿nos puedes brindar ejemplos de casos de éxitos o buenas prácticas?

-

Respuesta. Promover el contacto intergeneracional a lo largo de la vida significa tender puentes entre diferentes generaciones a fin de fomentar el entendimiento mutuo, la cooperación y la creación de nuevas oportunidades. Las intervenciones intergeneracionales no sólo han mostrado eficacia en la reducción de edadismo hacia las personas mayores, sino que además son prometedoras en la reducción de edadismo hacia las personas jóvenes. También aportan otros beneficios para las personas mayores como mejoras de salud y bienestar, una mayor autoestima y una reducción de soledad.

Un ejemplo interesante de este tipo de intervención lo vemos en Singapur, donde se organizó un programa intergeneracional que juntaba a personas mayores con personas jóvenes para jugar a videojuegos durante varias sesiones repartidas a lo largo de dos meses. Esta simple intervención consiguió reducir la ansiedad intergrupala de los diferentes participantes y mejorar las actitudes relativas al otro grupo de edad.

Otro ejemplo lo encontramos en Reino Unido, donde se implementó una intervención que impulsaba a los jóvenes a imaginar un encuentro interesante con una persona mayor desconocida.

Esta intervención consiguió reducir tanto las actitudes negativas hacia las personas mayores como la preferencia implícita hacia las personas del mismo grupo de edad.

Estamos justo ahora comenzando el proceso de elaboración de una guía que ayude en el diseño e implementación de este tipo de intervenciones. Se espera que aporte las herramientas necesarias para asegurar que las intervenciones intergeneracionales lleguen a todos los rincones del mundo.

“QUEDA MUCHO CAMINO POR RECORRER PERO YA SE VEN SEMILLAS DE CAMBIO EN DIFERENTES PAÍSES Y ESPERAMOS QUE LA CAMPAÑA MUNDIAL CONTRA EL EDADISMO AYUDE A AMPLIFICAR ESFUERZOS EXISTENTES Y A CREAR OTROS NUEVOS”



| Para la ONU, el edadismo se refiere a la forma de pensar (estereotipos), sentir (prejuicios) y actuar (discriminación) con respecto a los demás o a nosotros mismos por razón de la edad.

| Fuente: OMS

Pregunta. Respecto a la cooperación entre países y organismos de la región, ¿es necesario promover y/o fortalecer áreas específicas de comunicación con profesionales especialistas en gerontología que contribuyan a generar conocimiento e

intercambios de experiencias y propuestas en relación a las acciones destinadas a las personas mayores?

-

Respuesta. La campaña mundial contra el edadismo sólo será mundial si existe cooperación y si el movimiento llega a cada país. Como hemos visto en otras áreas de trabajo, el intercambio de experiencias y propuestas es clave en este proceso de cambio y todos podemos aportar algo. Los especialistas en gerontología pueden ayudar a generar conocimiento para el diseño de políticas y leyes que prohíban la discriminación por edad y en el diseño de actividades educativas e intergeneracionales que ayuden a acabar con estereotipos y prejuicios basados en la edad. Por ejemplo, pueden ayudar a desarrollar contenido para actividades educativas centradas en disipar conceptos erróneos sobre el proceso de envejecimiento y diferentes grupos de edad. Aún más importante será involucrar a personas de diferentes edades en la elaboración de estas estrategias.

Pregunta. ¿Cuál es la situación de los estudios que abordan el edadismo? ¿Se debería promover un estudio más estandarizado con definiciones y medidas comparables de estos efectos a nivel mundial?

-

Respuesta. Para avanzar en este área de trabajo es imprescindible hacer un uso estandarizado de la definición de edadismo. El informe mundial presenta el marco conceptual y promueve el uso de este marco en futuros estudios para permitir comparativas entre estudios. También hay una necesidad urgente de desarrollar y validar una escala de edadismo que nos permita una medición precisa de este fenómeno y determinar el impacto que tienen las intervenciones en diferentes contextos.

También se necesita más investigación para entender diferentes facetas del edadismo. Por ejemplo, todavía no sabemos mucho sobre el impacto del edadismo en las personas jóvenes que lo sufren o el impacto acumulativo del edadismo a lo largo de la vida. En el informe se señala, en cada capítulo, las oportunidades de investigación que existen para ayudar a avanzar este campo.

“LOS ESPECIALISTAS EN GERONTOLOGÍA PUEDEN AYUDAR A GENERAR CONOCIMIENTO PARA EL DISEÑO DE POLÍTICAS Y LEYES QUE PROHÍBAN LA DISCRIMINACIÓN POR EDAD Y EN EL DISEÑO DE ACTIVIDADES EDUCATIVAS E INTERGENERACIONALES”

Pregunta. ¿Cuáles son los retos que se plantea la OMS en la búsqueda de un “mundo para todas las edades”? ¿La adopción de una Convención Internacional sobre los derechos de las personas mayores podría contribuir en tal sentido?

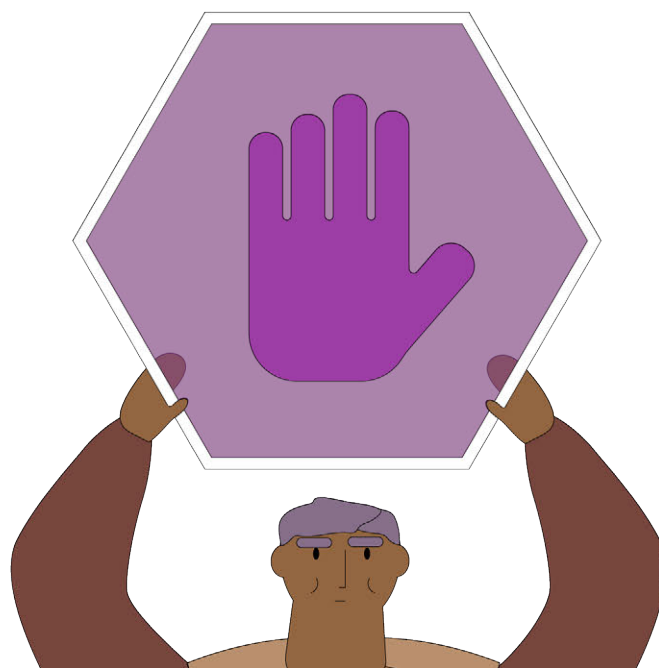
Respuesta. A día de hoy sabemos qué estrategias funcionan para reducir el edadismo. Ahora debemos capacitar, apoyar a los países a implementar estas estrategias para crear un mundo para todas las edades. También debemos dar visibilidad al edadismo, apoyar un cambio de discurso y mayores esfuerzos de investigación en este campo. Sin embargo, existen desafíos para el cambio. El cambio social es lento, así que nos enfrentamos a una carrera de fondo que debe involucrar a todos los sectores. Otro desafío tiene que ver con el lenguaje. A pesar de la existencia de edadismo en diferentes contextos y culturas, el concepto de “edadismo” es relativamente nuevo y no existe en todos los idiomas. Esto limita las posibilidades de sensibilizar y de abogar por cambios al respecto.

La adopción de una Convención Internacional sobre los derechos de las personas mayores puede ayudar a prohibir la discriminación por edad contra las personas mayores, pero haría falta asegurarse, como con cualquier otro instrumento legal, que se implementase y se monitorease adecuadamente. Igualmente, harían falta otro tipo de estrategias como actividades educativas e intergeneracionales y también pensar en herramientas para reducir el edadismo contra las personas jóvenes.

Pregunta. Es evidente que la pandemia de COVID-19 ha exacerbado y visibilizado aún más el edadismo en nuestra sociedad. ¿Qué papel jugaron (y juegan) los medios de comunicación y las redes sociales en la creación, reproducción y perpetuación de una mirada negativa y estereotipada sobre la vejez?

Respuesta. Los medios de comunicación juegan un rol importantísimo en el cambio que esperamos ver, pero también pueden perpetuar el edadismo. La pandemia de COVID-19 ha mostrado en muchos casos el papel negativo que pueden tener los medios de comunicación al estereotipar sistemáticamente a las personas mayores como si fuesen todas vulnerables y dependientes y a las personas jóvenes como si fuesen invencibles y egoístas. Esta homogeneización no solo es falsa, sino que además es nociva. Sabemos que nos hacemos más y más diversos según nos vamos haciendo mayores y reflejar lo contrario es incorrecto. Además, sabemos que incluso una exposición breve a estereotipos negativos en los medios de comunicación puede tener efectos negativos, por ejemplo en el desempeño de las personas mayores en tareas de memoria.

Es preciso trabajar con los medios y las redes sociales para que formen parte del cambio y ayuden a transformar el discurso predominantemente negativo sobre la edad y el envejecimiento. Hace poco lanzamos una guía para ayudar a evitar edadismo en comunicación. Debemos seguir con esfuerzos



similares y fomentar capacitación en este campo. De esta forma, se puede generar un efecto en cadena como hemos visto, por ejemplo con el uso de la palabra edadismo que empieza a tener una mayor aparición en los medios de comunicación en español en los últimos años. Una vez que unos empiecen a cambiar su discurso, otros seguirán.

Pregunta. ¿Es el edadismo la tercera causa más común de discriminación en el mundo por detrás del racismo y el sexismo?

-

Respuesta. En una encuesta realizada en 28 países en Europa se vio que en todos los grupos de edad se reportaba más discriminación por edad que por sexo, raza o etnicidad. Esto indica que, al menos en esta región, se percibe más edadismo que racismo y sexismo.

“ES PRECISO TRABAJAR CON LOS MEDIOS Y LAS REDES SOCIALES PARA QUE FORMEN PARTE DEL CAMBIO Y AYUDEN A CAMBIAR EL DISCURSO PREDOMINANTEMENTE NEGATIVO SOBRE LA EDAD Y EL ENVEJECIMIENTO”

Campaña mundial contra el edadismo: kit de herramientas

En el marco de la Campaña Mundial contra el Edadismo, la OMS puso a disposición de todas las personas interesadas, un **kit de herramientas** que incluye diversos recursos para aprender sobre el edadismo, una **guía para iniciar conversaciones** sobre este tema en su comunidad, organizar eventos para concienciar a la población y hacer correr la voz a través de las redes sociales para crear un mundo para todas las edades (#AWorld4AllAges).

Sobre Vânia de la Fuente-Núñez

Originaria de España, la **Dra. Vânia de la Fuente-Núñez dirige la Campaña mundial contra el edadismo en la Organización Mundial de la Salud** y es **co-autora principal del primer Informe mundial sobre el edadismo de las Naciones Unidas**. Vânia también lidera el área de capacitación y formación sobre el envejecimiento saludable en países y regiones, apoyando el desarrollo de políticas y programas que mejoren la vida de las personas mayores, sus familias y comunidades. En este rol, de la Fuente-Núñez ha liderado el desarrollo e implementación del primer programa de liderazgo en envejecimiento saludable.

La Dra de la Fuente-Núñez se incorporó a la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 2014 para trabajar en el desarrollo de guías de ética en el contexto de la epidemia de ébola y para apoyar a la Secretaría del Comité de Ética de Investigación de la OMS. Luego contribuyó al desarrollo y lanzamiento del Observatorio Mundial de Investigación y Desarrollo en Salud. Antes de su incorporación a la OMS, Vânia trabajó con diferentes ONG e institutos de investigación en países de ingresos altos y bajos, incluidos España, Senegal y Gambia.

Vânia tiene una licenciatura en medicina de la Universidad de Santiago de Compostela, España, una maestría en Filosofía, Política y Economía de la Salud de University College London, Reino Unido y ahora está completando una licenciatura en Antropología Social y Cultural. ●

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

-

“A CAMPANHA MUNDIAL CONTRA O IDADISMO ESPERA CRIAR UM MUNDO PARA TODAS AS IDADES”

Conversamos com a Doutora Vânia de la Fuente-Núñez, a cargo da Campanha da Organização Mundial da Saúde e coautora principal do primeiro Relatório Mundial sobre o Idadismo das Nações Unidas. ●

◆ SUMARIO ^

BRASIL

“JUNIO VIOLETA”, CAMPAÑA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS REDES DE PROTECCIÓN DE DERECHOS DE LAS PERSONAS MAYORES

Una acción institucional y comunicacional destinada a combatir y a sensibilizar sobre las violencias contra este grupo poblacional. Fue impulsada conjuntamente entre el Ministerio de la Mujer, la Familia y los Derechos Humanos y la Defensoría Pública de la Unión del país.

En el mes de junio, el mismo 15 de Junio que conmemora el “Día Mundial de Toma de Conciencia sobre el abuso y maltrato en la Vejez”, aprobado por la Asamblea General de Naciones Unidas bajo resolución [A/RES/66/127](#), se oficializó una alianza entre el Ministerio de la Mujer, la Familia y los Derechos Humanos (MMFDH) y la Defensoría Pública de la Unión (DPU) del Brasil, mediante la firma de un convenio de cooperación técnica, en el marco de la iniciativas de promoción de los derechos de las personas mayores.

Este 15 de Junio, como el de 2020, sigue siendo singular para abogar por los derechos de las personas mayores por la coyuntura histórica que ha impuesto la pandemia por COVID-19. Brasil, uno de los países del mundo que alberga más personas mayores de 60 años en su población, ha requerido coordinar acciones y políticas que colaboren en la atención a este colectivo.

“Junio Violeta” es una campaña nacional que integra acciones políticas con aquellas eminentemente comunicacionales, que son el medio para su desarrollo. Esta campaña define sus actividades tanto desde el fortalecimiento de las redes de protección de los derechos de las personas mayores del país, como a partir de la erradicación de las violencias sobre este grupo poblacional.

Las acciones más institucionales articuladas con aquellas de difusión de “Junio Violeta” están vinculadas al apoyo mutuo e intercambio de información entre los organismos convenientes para dar a conocer la Ley 10.741/03, el Estatuto do Idoso (2003), con el propósito de promover el respeto y el valor de esta norma paradigmática a nivel nacional.



| El nombre de la campaña se debe a que las acciones de la misma duraron todo el mes de junio y violeta es el color de la cinta que conmemora la efeméride mundial del 15 de Junio.

| Fuente: MMFDH

Desde lo comunicacional, dicho convenio prevé la producción de contenidos impresos y audiovisuales para campañas sobre los derechos de las personas mayores, además de la realización de conferencias, seminarios y encuentros para fomentar la educación en derechos humanos. La misión sobre este eje es la de “movilizar a la sociedad para la protección de las personas de 60 años y más”. En este sentido, la ministra, Damara Alves, expresó, en ocasión del lanzamiento oficial de la campaña, la necesidad de cuidar al segmento de mayores que “no tienen voz” y que sufren de distintos tipos de violencias.

En relación a esto último, el defensor público general federal, Daniel Macedo, manifestó sobre esta campaña que “enfrentar la violencia contra las personas mayores, además de ser un deber legal, es una obligación ética y universal”. En tanto, Antonio Costa, titular de la Secretaría Nacional de Promoción y Defensa de los Derechos de las Personas Mayores (SNDPI), dependiente del MMFDH, alertó sobre este flagelo, que se expresa cuantitativamente a partir del registro realizado por el servicio telefónico que dispone el mismo ministerio, “Disque 100”, que sólo en el primer semestre de este año llegó a “más de 33.600 casos de violencia contra las personas mayores”, por lo que instó a la necesidad de trabajar junto con la sociedad y las agencias asociadas a nivel municipal, estatal y federal.

Se destaca, además, que esta campaña se planteó como un marco para el acuerdo de un “**Pacto Nacional**” para la implementación de la política pública de derechos de las personas mayores en las cinco regiones del país. El propósito de este pacto es, según las autoridades brasileñas, incentivar la creación de consejos de derechos y fondos municipales dirigidos al colectivo de mayores, reducir la tasa de violencia contra las personas mayores, así como capacitar asesores y gestores para fortalecer la red de atención y protección de derechos.

Finalmente, otras de las creaciones que recoge este gran marco que ha resultado “Junio Violeta” es la creación del Grupo de Trabajo para la elaboración de una propuesta de Política Nacional de Cuidados, que fue publicado en marzo de este año en el **Diario Oficial de la Unión del Brasil**, donde se ordena un conjunto interministerial, encabezado por el MMFDH, junto a los

ministerios de Salud, de Ciudadanía, de Educación y al Instituto Nacional de Seguridad Social (INSS), y la participación de la sociedad civil, que en el término de uno año deberá avanzar en la construcción de una propuesta para la elaboración de acciones y políticas en este campo.

Dicho Grupo de Trabajo surgió, según lo expresado por autoridades del MMFDH, desde una demanda social de extrema relevancia y fundamental para la creación e integración de un sistema de atención que asegure a las personas dependientes y sus cuidadores/as una vida digna y segura y a partir de la necesidad de pensar al cuidado de manera amplia e intersectorial. ♦



| Pieza de difusión en redes sociales, sobre uno de los ejes de la campaña: la estrategia de prevención y erradicación de las violencias en las personas mayores.

| Fuente: MMFDH

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

“JUNHO VIOLETA”, CAMPANHA PARA FORTALECER REDES DE DEFESA DOS DIREITOS DAS PESSOAS IDOSAS

O Ministério da Mulher, da Família e os Direitos Humanos e a Defensoria Pública da União levaram adiante esta Campanha institucional e comunicacional com o objetivo de fortalecer as redes de proteção de direitos das pessoas adultas idosas do Brasil. ♦

♦ SUMARIO ^



Nancy de Vargas, 67 años, Santo Domingo, República Dominicana 

Primero diré que soy una adulta mayor. Que vivo en Santo Domingo, en el Distrito Nacional de la República Dominicana y que tengo 67 años. Soy licenciada en contabilidad con más de 30 años de experiencia en el campo financiero y administrativo público y privado y presidenta y directora ejecutiva del “Patronato Hogar Divino” desde 2009 a la actualidad.

Hace más de tres años soy representante del grupo de ONGs nacionales que trabajan con las personas mayores ante el Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE). Al mismo tiempo, soy miembro del Centro Nacional de Fomento y Promoción de las Asociaciones Sin Fines de Lucro (CASFL), durante el período 2020-2022, una instancia que tiene como finalidad impulsar la participación de dichas asociaciones en la colaboración del diseño, la gestión y la evaluación de programas y proyectos gubernamentales. Además, participo de la alianza internacional “Iberoamérica en Movimiento” de México (IBEAM), una organización comprometida con las buenas prácticas de envejecimiento activo, los desafíos de la nueva longevidad y el desarrollo humano en la región.

Me he sentido discriminada, claro. Es un tema que siempre lo critico. Publicar fotos y contenidos de personas mayores con condiciones impropias, de pobreza extrema, con limitaciones por enfermedades o presencias inadecuadas, es algo que veo con frecuencia y que pienso que debe ser controlado.

En nuestro país, la reflexión sobre la comunicación y las personas mayores aún no se ha abordado, a pesar de que se cuenta con una institución como el CONAPE, en cuya composición se encuentra como miembro el Colegio de Periodistas, quienes deberían hacer esfuerzos por transformar la

comunicación y que sea inclusiva para todas las edades.

Entiendo que no solo es importante, sino que es imprescindible que se empiece a trabajar con los medios de comunicación y con la población en general. Actualmente todavía las personas mayores suelen ser vistas como una carga social, como un ente pasivo y no activo de derechos y eso mismo se refleja en el contexto de los medios de comunicación.

Esto es importante y vital, porque los medios son el reflejo de nuestras culturas y a la vez apoyan los procesos que se viven en nuestra sociedad, y si los medios están alineados a los conceptos de derechos de las personas mayores, pues mejoraremos en los temas de discriminación, exclusión y desplazamiento generacional.

Se debería poder romper con los mitos de la edad para que la población deje de asociar problemas, debilidades y situaciones de salud a esta etapa de la vida. Para esto sería importante ofrecer mayor información acerca del proceso de envejecimiento, como un proceso natural y que no tiene por qué ser exclusivamente pasivo, inactivo o desde el aislamiento. También, tratar de evitar la infantilización de las personas mayores, así como poder evitar el uso de los términos abuelos/as o pensionados/as para referirse a toda la población adulta mayor.

Pienso que es importante comunicar más sobre las capacidades de las personas mayores, sus aportes a la sociedad, mejorar cómo se comunica la etapa de la jubilación en las personas, tratar de comunicar sobre la autonomía y la independencia, y las actividades que realizamos las personas mayores al entrar en esta etapa de la vida y, sobre todo, cómo aprovechar las experiencias que tenemos.



“PARA HELPAGE LA COMUNICACIÓN ES UNA HERRAMIENTA QUE NOS PERMITE VISIBILIZAR UNA REALIDAD QUE HASTA HACE MUY POCO ERA INVISIBLE”

Inma Mora Sánchez, responsable de comunicación de HelpAge España, reflexiona sobre el sentido y la importancia que tiene la comunicación para la Organización y aborda los retos que se plantean en la búsqueda de una “sociedad para todas las edades”.

La organización **HelpAge International** fue creada en 1983 con el objetivo de generar una red sólida de apoyo y acompañamiento internacional para las personas mayores. Hoy, a casi 40 años de su creación, la red de HelpAge ha crecido en tamaño e influencia en todo el mundo y actualmente está formada por 158 organizaciones de 86 países que trabajan día a día en la defensa de los derechos humanos de este grupo etario.

Como parte de su estrategia de expansión, y con el propósito de concienciar a los actores políticos y a la población española sobre los temas vinculados a la vejez y el envejecimiento, en 2008 nació **HelpAge España** que, desde hace 13 años, acompaña a las personas mayores a reclamar sus derechos, a enfrentarse contra la discriminación y a superar la pobreza para que puedan disfrutar de una vida digna, segura, activa y saludable.

Para ello, la organización cuenta con múltiples iniciativas de incidencia política, formación y sensibilización. Como parte de este último eje, se destacan las acciones comunicacionales que buscan visibilizar los actos segregacionistas, eliminar estereotipos asociados a la vejez y fomentar una sociedad que sea inclusiva con todas las personas, independientemente de su edad. Para conocer más de cerca estas estrategias, dialogamos con la Lic. Inma Mora Sánchez.

Pregunta. ¿Cómo conciben a la comunicación en HelpAge?

-

Respuesta. La comunicación es un área fundamental para el desarrollo del trabajo

de HelpAge, ya que uno de nuestros principales objetivos es sensibilizar a la población y a los actores políticos y sociales sobre los derechos y la situación de las personas mayores. Entendemos la comunicación como una herramienta que nos puede ayudar a promover un cambio cultural y social con el objetivo de eliminar el edadismo, prevenir el maltrato en la vejez y fomentar la inclusión y participación de las personas mayores en todos los ámbitos de nuestra sociedad.

Además, desde el área de comunicación queremos poner en valor el trabajo que realizamos tanto en HelpAge España como a nivel internacional para poder llegar a un público más amplio y que esto también nos permita continuar realizando nuestro trabajo.

Pregunta. ¿Cómo está integrado el equipo de comunicación de HelpAge?

-

Respuesta. HelpAge España está formado por personas expertas en distintas áreas relacionadas con el envejecimiento y derechos humanos y por un equipo técnico centrado, principalmente, en incidencia política, cooperación, formación, comunicación y sensibilización. En España tenemos una estructura pequeña y sólo hay una persona responsable del área de comunicación, pero todo el equipo trabaja de forma muy estrecha y coordinada. Además, en acciones o campañas de carácter internacional, contamos con el apoyo del equipo de la sede central de HelpAge International en Londres y de otros miembros de la red.



**Pregunta. ¿Cómo definen a la comunicación?
¿En base a qué datos van definiendo las acciones comunicativas?**

Respuesta. La comunicación para HelpAge es una herramienta que nos permite visibilizar una realidad que hasta hace muy poco era invisible. Como para cualquier organización de carácter social, la comunicación es clave para llegar a más personas, instituciones y actores políticos y sociales. En nuestro caso en concreto, además, intentamos generar un cambio cultural, y la comunicación es un pilar esencial para conseguirlo.

Nuestras acciones comunicativas están definidas por los proyectos que realizamos en HelpAge España y HelpAge International, pero también por la actualidad política y social. Los contenidos que producimos para redes sociales o para nuestra página web se basan principalmente en los informes y publicaciones que realizamos, así como los proyectos, campañas o eventos que realizamos, pero siempre tenemos presente la actualidad.

Por otro lado, los datos y estadísticas de nuestras redes sociales también nos guían en nuestra estrategia de comunicación. Tenemos cada vez un público más amplio que quiere conocer mejor cuál es la situación de las personas mayores y qué programas existen para garantizar sus derechos. Todo esto nos ayuda también a definir qué tipo de contenidos funcionan mejor y son más eficientes a la hora de alcanzar nuestros objetivos.



| Inma Mora Sánchez, es licenciada en Periodismo por la Universitat de València y cuenta con un máster en Estudios Interdisciplinarios de Género por la Universidad Autónoma de Madrid. Trabaja en el ámbito de la comunicación y la sensibilización desde hace 15 años y cuenta con experiencia en organizaciones relacionadas con el desarrollo rural, los derechos humanos y la igualdad de género a nivel nacional e internacional. En Italia, ha trabajado en la Casa delle donne per non subire violenza de Bologna y D.i.Re - Donne in Rete contro la violenza. Desde el año 2020 es la responsable de Comunicación y Marketing de HelpAge España.
| Fuente: Propia

“ ENTENDEMOS LA COMUNICACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA QUE NOS PUEDE AYUDAR A PROMOVER UN CAMBIO CULTURAL Y SOCIAL CON EL OBJETIVO DE ELIMINAR EL EDADISMO, PREVENIR EL MALTRATO EN LA VEJEZ Y FOMENTAR LA INCLUSIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES EN TODOS LOS ÁMBITOS DE NUESTRA SOCIEDAD ”

Pregunta. ¿Qué grado de participación tienen las personas mayores en sus acciones?

-

Respuesta. Tanto a nivel nacional como internacional, queremos que las personas mayores sean escuchadas y que sean las protagonistas de nuestras campañas. Gran parte de los informes de HelpAge se basan en consultas realizadas con personas mayores. Queremos que sus opiniones se tengan en cuenta y buscamos la forma de visibilizar sus necesidades, ideas y experiencias. Por ejemplo, gracias al trabajo de los distintos miembros de la red y de otras organizaciones amigas, en el último año hemos publicado varios informes en los que han participado grupos de diversos países que han mostrado cómo la pandemia de COVID-19 ha afectado de forma muy grave sus derechos. En los últimos meses, por ejemplo, hemos publicado “**Trato desigual**”, “**Llevando la peor parte**” o “**Un reclamo de dignidad: Vejez en la movilidad humana**”.



Portada de la publicación “Trato desigual”.
Fuente: HelpAge

Pregunta. ¿Qué campaña comunicacional impulsada por HelpAge a lo largo de los años destacan en base a su capacidad de sensibilización e incidencia pública y política?

-

Respuesta. Una de las campañas más relevantes a nivel global es la campaña ADA, “**Age Demands Action**” (o “Adultos mayores Demandan Acción”). Se trata de una campaña que se lanzó por primera vez en 2007 en 27 países y ha ido creciendo. Esta campaña tiene como fecha clave el 1° de Octubre, Día Internacional de las Personas Mayores, y su objetivo es sensibilizar contra la discriminación por razón de edad a nivel internacional, para que los gobiernos y líderes políticos implementen políticas sociales amigables y que los Estados apoyen la creación de una Convención Internacional de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas mayores.

Pregunta. ¿Qué replanteos a nivel de la estrategia comunicacional de HelpAge debieron modificar en función del advenimiento de la pandemia por COVID-19?

-

Respuesta. Muchas de las actividades que teníamos programadas para 2020 se vieron modificadas por la crisis. Además, la pandemia ha afectado de forma desproporcionada a las personas mayores de todo el mundo. Esto provocó no solo un cambio en el calendario y modalidad de nuestras actividades planificadas, sino también un incremento de acciones de sensibilización e incidencia. Durante los primeros meses de la pandemia publicamos diversos protocolos de actuación en distintos idiomas y también muchos materiales contra el edadismo y la discriminación por edad que se ha dado en distintos ámbitos. Además, en España, junto a otras organizaciones afines y junto con la Mesa Estatal por los derechos de las personas mayores, presentamos varias propuestas al Gobierno para transformar el modelo de cuidados y garantizar el cumplimiento de los derechos. Todo ello, por supuesto, ha tenido un enorme peso y relevancia en nuestras acciones comunicativas.

Como ha ocurrido en casi todos los sectores y organizaciones, nuestra estrategia y nuestras

acciones se han tenido que ir adaptando a las circunstancias y hemos tenido que afrontar este año con mucha flexibilidad. Sin embargo, hemos intentado no perder de vista el futuro y tener en cuenta que, a pesar de la emergencia, es esencial pensar en el largo plazo y en los cambios estructurales que promovemos.

Pregunta. ¿Trabajan de manera articulada con los diferentes equipos de comunicación de las organizaciones público/privadas que acompañan a la Fundación HelpAge? ¿Cómo?

Respuesta. En HelpAge España trabajamos en coordinación con la sede central de Londres de HelpAge International, ya que llevamos a cabo muchas campañas y acciones conjuntas. Además, también tenemos una comunicación muy fluida con otros miembros de la red y también compartimos muchos materiales de comunicación y sensibilización con HelpAge América Latina y el Caribe.

Por otro lado, en España también organizamos diversos eventos y campañas a nivel nacional con organizaciones afines. Por ejemplo, con motivo del 1º de Octubre, cada año lanzamos la campaña de sensibilización

#SoyMayorSoyComoTú junto con Grandes Amigos, Fundación Pílares para la Autonomía Personal, Envejecimiento en Red y Matia Fundazioa. Para todas las organizaciones que participamos de esta campaña, se trata de una efeméride clave y por ello intentamos sumar esfuerzos para sensibilizar a la población sobre la discriminación por razón de edad y fomentar el buen trato y una sociedad más inclusiva con las personas mayores.

Pregunta. HelpAge aboga desde hace tiempo por la creación de una convención de Naciones Unidas sobre sus derechos. Al respecto, ¿qué acciones comunicacionales acompañan y promueven esta iniciativa? ¿En qué instancia consideran que está la aprobación de una posible Convención Internacional sobre los derechos de las personas mayores?

Respuesta. En la mayor parte de nuestras iniciativas recordamos la necesidad de adoptar una Convención Internacional, ya que esto supondría un gran cambio a nivel global y supondría una base sólida y ayudaría a garantizar

que todas las personas mayores en todas partes sean tratadas de manera más justa y equitativa.

A finales de marzo, tuvo lugar la 11ª sesión del Grupo de Trabajo de Composición Abierta sobre Envejecimiento de Naciones Unidas. Era un momento muy esperado por todas las entidades que apoyan la creación de una Convención Internacional. Por ello, desde HelpAge este año lanzamos algunas campañas específicas, como **#SeTrataDeDerechos** o **#MenosHablarMásRedactar**, para pedir a los Estados que apoyen una Convención y actuar en consecuencia para avanzar con la redacción de este texto. Sin embargo, debido a la falta de participación y compromiso de muchos Estados, no se consiguió que en la última sesión se tomaran decisiones importantes sobre el camino a seguir, pero cada vez hay más voces que reclaman esta necesidad.

Pregunta. Por último, ¿cuáles son los retos que se plantea HelpAge en la búsqueda de una “sociedad para todas las edades”? ¿Qué desafíos tienen por delante para terminar con la discriminación a las cuales se enfrentan millones de personas mayores?

Respuesta. Construir una sociedad para todas las edades implica, en primer lugar, un cambio social y cultural. La discriminación por razón de edad supone una grave vulneración de los derechos de las personas mayores. Además, las consecuencias más graves de esta discriminación dan lugar a situaciones de abusos, maltrato y violencia. Debemos recordar que el edadismo también afecta a las personas jóvenes, aunque tiene otras características y consecuencias. Por ello, construir una sociedad para todas las edades tendría beneficios para todas las personas e implicaría un cambio de percepción, un cambio cultural y ayudaría a que la edad no limite nuestros derechos más básicos.

Para conseguirlo, debemos adoptar estrategias desde múltiples sectores de nuestra sociedad. Es decir, poner en marcha una estrategia integral que contemple medidas legislativas, educativas, campañas de sensibilización y formación específica para profesionales de diversos ámbitos. Para ello, estamos trabajando con los principales actores políticos y sociales

para que el envejecimiento y los derechos de las personas mayores pasen a ser un tema prioritario en la agenda política. Se trata de un cambio profundo y estructural, así que tenemos muchos desafíos y retos por delante.

Colección «Construyendo una sociedad inclusiva y amigable con las personas mayores desde los derechos»

En el marco de sus acciones comunicativas, HelpAge España lanzó la colección «Construyendo una sociedad inclusiva y amigable con las personas mayores desde los derechos», subvencionada por el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Esta colección tiene el objetivo de sensibilizar al conjunto de la población sobre la discriminación a la que se enfrentan las personas mayores, contribuir a la mejora y la promoción de políticas sociales y de igualdad y fomentar el empoderamiento de los hombres y mujeres mayores para que conozcan y reclamen sus derechos.

El primero de los cuadernos de la colección, **"Violencia en la vejez: edadismo, abuso y maltrato hacia las personas mayores"**, analiza de forma sencilla un problema muy complejo y de gran magnitud, pero del que aún hoy existe muy poca información y datos. A lo largo de este cuaderno, se reflexiona sobre cómo se manifiesta el edadismo y el maltrato hacia las personas mayores en un mundo en el que cada vez vivimos más años. Además, se aborda la relación de la discriminación hacia las personas mayores con la discriminación por motivos de género y otras desigualdades sociales y se realizan algunas propuestas para fomentar el buen trato y eliminar el edadismo y la violencia en la vejez.

El segundo cuaderno, **"El derecho de las personas mayores a la salud y a la calidad de vida"**, explica cómo las desigualdades sociales tienen un impacto en la salud a lo largo de la vida y da algunas claves para identificar situaciones de discriminación por motivos de edad, especialmente en el ámbito sociosanitario. En este cuaderno también se introducen los conceptos de envejecimiento saludable y envejecimiento activo, se habla de la revolución de la longevidad y se ofrecen algunas propuestas para mejorar nuestra calidad de vida desde

la perspectiva de la Agenda 2030, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Década del Envejecimiento Saludable.

Esta colección contará con otros cuatro cuadernos que abordaran algunos de los principales temas relacionados con los derechos de las personas mayores: vivienda, seguridad económica y protección social, acceso a la justicia y participación política y social y discriminación interseccional. ♦



| Portada del primer cuaderno de la colección «Construyendo una sociedad inclusiva y amigable con las personas mayores desde los derechos».
| Fuente: HelpAge

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

“PARA HELPAGE A COMUNICAÇÃO É UMA FERRAMENTA QUE NOS PERMITE VISIBILIZAR UMA REALIDADE QUE ATÉ MUITO POUCO TEMPO ERA INVISÍVEL”

Inma Mora Sánchez, responsável da comunicação da HelpAge Espanha, reflete sobre o sentido e a importância que tem a comunicação para a Organização e aborda os desafios que se apresentam na busca de uma “sociedade para todas as idades”. ♦

♦ SUMARIO ^

COMUNICAR MÁS Y MEJOR SOBRE “MUJER Y VEJECES”

“Las discriminaciones que las mujeres experimentamos a lo largo de nuestras vidas por el sólo hecho de serlo, se prolongan y a veces se profundizan en la etapa de la vejez. Y se pueden cruzar, además, otras condicionantes como la identidad trans, ser lesbiana, ser discapacitada, ser pobre, ser migrante, ser indígena...”, reflexiona la periodista chilena Adriana Gómez Muñoz.

Durante más de dos décadas trabajó como editora de la Revista Mujer Salud, publicación de la Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe (RSMLAC) y, hoy, con 77 años, Adriana Gómez Muñoz se autodefine como “feminista laica, dedicada al ciberactivismo a favor de los derechos de las personas mayores, en especial de las mujeres mayores”.

Pregunta. ¿Por qué es importante la acción de la comunicación en los temas de vejez y envejecimiento?

Respuesta. Sin duda es un ámbito central en los temas de vejez y envejecimiento, puesto que una buena comunicación puede transmitir y explicar conceptos claves para la comprensión de dichos procesos en sus múltiples aspectos. Comunicar, por ejemplo, la biología del envejecer, la experiencia de las familias frente al envejecer de algunos de sus miembros, el acceso de las personas mayores al trabajo, a la salud, a la previsión social, a la cultura, etc. Al mismo tiempo, la comunicación puede permitir la participación de las voces de estas personas y sus inquietudes, sobre todo considerando que en la sociedad de hoy las personas mayores son colocadas más bien al margen de los debates públicos.

En este aspecto, reconoce Adriana, “el rol de los medios de comunicación no ha sido positivo; por el contrario, se puede decir que difunden estereotipos e imágenes sesgadas sobre las personas mayores, lo que contribuye a su discriminación social. Las vejeces son muy diversas, sin embargo, los medios favorecen una visión única de personas mayores más bien débiles, dependientes, con escasa autonomía y apegadas siempre a ‘tiempos pasados’”. La periodista feminista continúa reflexionando: “esto se ha reflejado con meridiana claridad en

estos tiempos de pandemia, pues las personas mayores son destacadas principalmente en razón de su alta vulnerabilidad respecto del contagio, pero no hablan, por ejemplo, de su capacidad de autocuidado, de su resiliencia, de sus ganas de vivir. Más aún, en Chile, a partir de las necesidades de sobrevivencia de sectores empobrecidos, se instalan Ollas Comunes para compartir alimentos, en las cuales muchas veces son mujeres viejas quienes las organizan. En otros aspectos, son también estas mujeres las que se hacen cargo del cuidado de enfermos, de nietos, etc. Hablar de personas mayores que están sentadas en sus casas viendo la vida pasar, es totalmente incongruente con la realidad”.



| Adriana Gómez Muñoz, hoy, con 77 años, se autodefine como “feminista laica, dedicada al ciberactivismo a favor de los derechos de las personas mayores, en especial de las mujeres mayores”.

| Fuente: Propia

“ EN ESTOS TIEMPOS DE PANDEMIA, LAS PERSONAS MAYORES SON DESTACADAS PRINCIPALMENTE EN RAZÓN DE SU ALTA VULNERABILIDAD RESPECTO DEL CONTAGIO, PERO NO HABLAN, POR EJEMPLO, DE SU CAPACIDAD DE AUTOCUIDADO, DE SU RESILIENCIA, DE SUS GANAS DE VIVIR ”

Pregunta. ¿Qué otras temáticas relacionadas a las personas mayores consideras que hay que comunicar más y mejor?

Respuesta. Por supuesto tengo un sesgo marcado desde mi ser feminista, es decir, tengo especial interés en profundizar en la temática de “mujer y vejez”. Opino que las vejez femeninas difieren de las vejez de los hombres, a partir de su condición de género. Es decir, las discriminaciones que las mujeres experimentamos a lo largo de nuestras vidas por el sólo hecho de serlo, se prolongan y a veces se profundizan en la etapa de la vejez. Y se pueden cruzar, además, otras condicionantes como la identidad trans, ser lesbiana, ser discapacitada, ser pobre, ser migrante, ser indígena... Creo que es urgente abordar específicamente la vejez de las mujeres en sus particulares desafíos y complejidades, toda vez que la vejez también se está feminizando. Es decir, las mujeres somos mayoría en la población de mayor edad, pero no siempre vivimos mejor.

Otro tema de urgente discusión debería ser el cuidado. Considerando que las mujeres han sido, históricamente, las cuidadoras en las familias, esto implica que cuando llegan a viejas usualmente han tenido escasa oportunidad de trabajos remunerados y de acceder a pensiones dignas. La vejez de las mujeres, por consecuencia, a menudo está marcada por la pobreza y la desprotección, pero también por la soledad toda vez que es frecuente que sobrevivan a sus esposos (mayor expectativa de vida femenina vs masculina).

Pregunta. Es fundamental, entonces, que los organismos públicos, la academia, las escuelas, las organizaciones sociales, los medios de comunicación, participen

en instancias de reflexión sobre comunicación y personas mayores...

Respuesta. Por supuesto que deben abrirse espacios de diálogo amplios, intersectoriales, intergeneracionales, para compartir opiniones acerca de la adultez mayor, no solo en lo relativo a la comunicación sino sobre distintos aspectos de esta etapa de la vida. Las personas mayores deberían ser escuchadas e invitadas a participar activamente en el diseño y evaluación de políticas públicas dirigidas a la adultez mayor, no deben ser solamente receptoras de ayuda, de “asistencia”.

Por otra parte, persisten conceptos erróneos sobre lo que implica el proceso de envejecimiento y cómo lo viven las personas a partir de sus condiciones sociales, económicas, de género, territoriales, educativas, etc. El mundo envejece aceleradamente, es un proceso que se observa en muchos continentes y regiones, incluida la nuestra. Chile, mi país, es uno de los más envejecidos de América del Sur, y el envejecimiento poblacional es un proceso que no tiene retorno. Es momento que hablemos de ello con las personas que están directamente involucradas. Por supuesto es un tema sociocultural, de derechos humanos, de educación de las familias, en fin, aprender a respetar, reconocer y valorar las distintas edades.

“ LAS PERSONAS MAYORES DEBERÍAN SER ESCUCHADAS E INVITADAS A PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DIRIGIDAS A LA ADULTEZ MAYOR, NO DEBEN SER SOLAMENTE RECEPTORAS DE AYUDA, DE “ASISTENCIA” ”

Pregunta. El viejismo es un problema sociocultural, justamente. ¿Cómo podemos luchar contra eso?

Respuesta. Por ejemplo, es necesario instar a los medios a que cambien sus lenguajes y abandonen los estereotipos que predominan sobre la vejez. Hay distintas formas de hacerlo, por supuesto siguen vigentes las tradicionales cartas al editor que tienen un impacto limitado,

pero sobre todo hay que tratar de utilizar las redes sociales que nos permiten una mejor y más rápida llegada a la opinión pública. Obviamente en este aspecto se cruza la ya conocida brecha digital que hay que confrontar, las personas mayores necesitan acceso y capacitación en este terreno, ojalá se garantizara aquello para que se familiaricen con el mundo digital que hoy predomina y lo utilicen a su favor.

Sería deseable, además, trabajar con profesionales de la prensa y también profesionales de la publicidad, sensibilizarles en estos temas, invitarles a estudiar un poco más acerca de las características del envejecimiento, cuáles son las realidades de las personas mayores, sus demandas prioritarias, cuáles son los instrumentos de derechos humanos que les protegen, etc. Hay que instalar el tema en el debate público, no esconderlo.

Pregunta. ¿Alguna vez te sentiste discriminada o estigmatizada por una frase o una imagen que viste en algún medio de comunicación?

-

Respuesta. En general los medios de comunicación muestran a personas mayores muy frágiles, desempoderadas, con necesidad de asistencia permanente, con ausencia de intereses y habilidades. Esto es discriminatorio, sin duda alguna, porque no corresponde a la realidad, en primer lugar, y además porque uniformiza a personas que son muy diversas. No solo es un sentimiento personal, estoy segura que la disconformidad por estas imágenes es compartida por la mayoría de la gente mayor.

Pregunta. ¿Alguna vez te sentiste discriminada o estigmatizada por una frase o expresión que te hayan dicho en algún encuentro familiar, entre amigos y amigas o en un espacio público?

-

Respuesta. Lo más frecuente en el espacio público es que a las personas mayores se les diga “abuelitas o abuelitos”, siendo que no todos lo son. Esto estigmatiza porque se les identifica a partir de un parentesco, la abuelidad, y no a partir de su identidad como persona, se difumina

esta identidad a partir de la imagen de “abuela, abuelo”. Yo, en mi condición de persona mayor, lo he vivido muy frecuentemente.

También es usual que las autoridades que se encargan de las políticas públicas dirigidas a este sector hablen de “nuestros adultos y adultas mayores”, lo que es absolutamente incorrecto. Infantiliza y es un sesgo marcadamente paternalista.

Otro espacio donde frecuentemente se observa un lenguaje muy infantilizador hacia las y los viejos es en los servicios de salud. Es muy poco respetuoso que se les hable de “mamita”, “abuelita”, “abuelito” cuando interactúan con profesionales médicos o enfermeras. Necesitan (necesitamos) un trato horizontal, respetuoso y digno. Como se ve, hay mucho que trabajar al respecto, a nivel de la sociedad toda y de las instituciones del Estado, en el sistema educativo, en los servicios de salud, el mundo de las comunicaciones, el mundo del trabajo, y por supuesto en las familias. Las vejez no deben ser una condena, sino una etapa de la vida que merece ser vivida con dignidad y reconocimiento. ♦

“ES FRECUENTE QUE LAS AUTORIDADES QUE SE ENCARGAN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DIRIGIDAS A ESTE SECTOR, HABLEN DE ‘NUESTROS ADULTOS Y ADULTAS MAYORES’, LO QUE ES ABSOLUTAMENTE INCORRECTO. INFANTILIZA Y ES UN SESGO MARCADAMENTE PATERNALISTA”

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS 

COMUNICAR MAIS E MELHOR SOBRE “MULHER E VELHICES”

“As discriminações que as mulheres experimentamos ao longo das nossas vidas pelo só fato de ser mulher, se estendem e às vezes se aprofundam na etapa da velhice”, reflete a periodista chilena Adriana Gómez Muñoz. ♦

♦ SUMARIO ^

MÉXICO

INAPAM FORTALECE ACCIONES PARA PREVENIR Y ERRADICAR EL MALTRATO A LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES

En el marco del Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez, Jorge Alberto Valencia Sandoval, encargado de Despacho de la Dirección General del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (Inapam), resaltó la necesidad de “hacer visible esta problemática para impulsar las estrategias que permitan prevenirla, atenderla y erradicarla” y para ello, entre otras acciones, lanzarán el ‘Protocolo-guía interinstitucional para garantizar una vida libre de violencia en contra de las personas mayores en México’.

Según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en 2020 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) las personas de 60 años representan en México el 12% de la población, es decir, unos 15 millones de su población de más de 126 millones habitantes. Y las proyecciones demográficas elevan esa cifra a 33,4 millones para 2050, según los últimos datos del Consejo Nacional de Población (Conapo).

La población mexicana evoluciona con el paso del tiempo. El grupo de personas de 60 años y más pasó de 9.1% en 2010 a 12.0% en 2020, mientras que la población de 0 a 17 años disminuye de 35.4% en 2010 a 30.4% en 2020. En este contexto progresivo, el rol del del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (Inapam) como órgano rector de la política pública nacional en favor de las personas adultas mayores, toma especial relevancia como entidad que promueve y protege los derechos de las personas mayores mexicanas.

En los últimos años, una de las acciones que Inapam viene desarrollando y ha fortalecido, tiene que ver con las destinadas a prevenir y erradicar el maltrato a las personas adultas mayores. Y es que, según datos aportados por una investigación de Liliana Giraldo Rodríguez para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) de las Naciones Unidas, denominada “**Maltrato en la vejez: caracterización y prevalencia en la población mexicana**” y tomada por el Inapam,

se estima que entre el 8,1% y el 18,6% de las personas mayores en México sufren maltrato, pudiendo superar el 30% entre personas que dependen de cuidados permanentes. A medida que la población envejece y la esperanza de vida aumenta, puede incrementarse también el número de personas mayores maltratadas.

“La prevalencia del maltrato según el ‘autorreporte’ fue del 19,5% (2 de cada 10 personas han sufrido maltrato), donde el tipo de maltrato más prevalente fue el psicológico (16,2%), seguido del abuso económico o explotación financiera (4,4%), el maltrato físico (3,8%), la negligencia (2,1%) y el abuso sexual (0,8%)”, se expresa en la investigación.



| Pieza comunicacional del Inapam sobre el maltrato en la vejez.

| Fuente: Inapam

Por otro lado, la autora agrega que “una de las conclusiones más importantes es que el maltrato constituye un problema que afecta por igual a las mujeres mayores y a los hombres mayores. Sin embargo, hay diferencias por sexo con respecto al tipo de maltrato que sufren, la cantidad de tipos de maltrato que sufren simultáneamente, la frecuencia del maltrato, y él o la responsable del maltrato”. Finalmente, insiste la autora que “el maltrato a las personas mayores en México está aumentando, por lo que urge transitar hacia políticas más efectivas para prevenir y corregir este problema”.

Frente a esta realidad, el Inapam considera “imprescindible tomar conciencia sobre esta problemática y visibilizarla, para generar estrategias que permitan prevenir, atender y erradicar este problema” y como parte de estas acciones, lanzará el «Protocolo-guía interinstitucional para garantizar una vida libre de violencia en contra de las personas mayores en México».

“El objetivo es garantizar el trabajo coordinado entre las diferentes instancias intervinientes mediante una mayor comunicación, coincidencia en diagnósticos y propuestas de actuación; en las que cada una de las áreas u organismos lleven a cabo las atribuciones que normativamente les corresponde, para dar la atención y solución de las distintas problemáticas que enfrentan las personas mayores”, manifestó Valencia Sandoval.

La difusión del Protocolo-guía inició a fines de junio, a través de talleres dirigidos a personas empleadas públicas de nivel federal, estatal y municipal, informó Valencia Sandoval, quién precisó que participarán las entidades especializadas en atención a personas adultas mayores como institutos del sector locales, así como los DIF (Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de las Familias) federal, estatales y municipales.

Según el **Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (Inapam)** “los actos de abuso y maltrato ejercidos hacia las personas mayores

tienen severas consecuencias en su integridad y calidad de vida, pueden ocasionar **morbilidad física y mental, sentimientos de soledad, depresión, ansiedad, aislamiento social, ideación suicida y en casos extremos provocar la muerte de la persona mayor**”.

Por último, desde el Inapam refieren que “a nivel gubernamental se deben erradicar las desigualdades económicas y sociales existentes, así como crear políticas públicas con un enfoque intergeneracional, de curso de vida, derechos humanos y género que aseguren la satisfacción de necesidades básicas de la población y su desarrollo personal en todo su ciclo vital, para lograr generar entornos donde las personas logren ejercer su derecho a un envejecimiento digno y libre de violencia, en condiciones de equidad e inclusión social”.



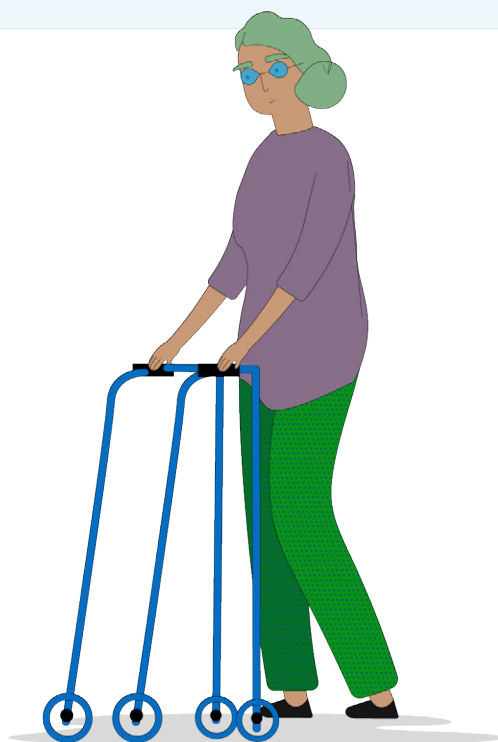
| El Inapam ofrece Asesoría Jurídica a personas mayores que sufren algún tipo de abuso o maltrato.
| Fuente: Inapam

Recomendaciones del Inapam para generar entornos libres de abuso y maltrato:

- **Promover una cultura del envejecimiento activo y saludable** que erradique la representación negativa que genera prejuicios y estereotipos sobre la vejez.
- **Fomentar la inclusión social de las personas mayores** dentro de sus comunidades, formando y fortaleciendo redes sociales de apoyo, alentando su opinión y participación en la toma de decisiones.
- **Conformar equipos multidisciplinarios e interdisciplinarios** capacitados y sensibilizados sobre el tema, que puedan identificar casos de maltrato. La atención inicial en servicios de salud se ubica como un eje fundamental para la prevención, atención y canalización de estos casos.
- **Generar campañas a nivel nacional** de sensibilización y concienciación sobre el abuso y maltrato en personas mayores, con perspectiva de derechos y género, que promuevan la participación intergeneracional y de todos los niveles de la sociedad.
- **Eficientar los servicios que brindan atención jurídica** a casos de violencia en personas mayores, a través de la capacitación y sensibilización del personal de estas áreas, con un enfoque transversal e interinstitucional.
- **Brindar cursos de capacitación a personas cuidadoras/es** que coadyuven a la mejora en las estrategias de cuidado familiar y favorezcan la reducción de estrés y agotamiento.
- **Fortalecer los sistemas de pensiones.** Es primordial otorgar pensiones dignas a las personas mayores.

Puede encontrar más información sobre las acciones que lleva adelante el Inapam para prevenir y erradicar el maltrato a las personas adultas mayores en su [blog](#) y en sus [redes sociales](#).

El Inapam ofrece Asesoría Jurídica a personas mayores que sufren algún tipo de abuso o maltrato. Si requiere de este servicio envíe un correo electrónico exponiendo su caso a la dirección: asesoriajuridicainapam@inapam.gob.mx



TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

INAPAM FORTALECE AÇÕES PARA PREVENIR E ERRADICAR O MALTRATO ÀS PESSOAS ADULTAS IDOSAS

Jorge Alberto Valencia Sandoval, encarregado do Gabinete da Direção Geral do Instituto Nacional das Pessoas Adultas Idosas destacou o “Protocolo-guia interinstitucional para garantir uma vida livre de violência contra as pessoas adultas idosas no México”.

SUMARIO



Clemente Cáceres, 70 años, Ñemby, Paraguay 

Este año cumpliré mis 70. Vivo en la ciudad de Ñemby, a escasa distancia de Asunción. Estoy jubilado por el Estado como docente universitario y del bachillerato, desde hace 10 años, pero aún soy aportante a la Caja de Jubilados Municipales hasta el año que viene. Allí soy director coreógrafo del Ballet Folclórico Municipal de Adultos Mayores de Asunción, del grupo del CAMA (Consejo de Adultos Mayores de Asunción), de Adultos Mayores de Zeballos Cue (un barrio de la ciudad de Asunción) y de la Caja de Jubilados Municipales. Ejerczo como promotor cultural, también, y soy director propietario del Centro de Artes Integradas "ARAPY".

Soy autor de varios libros y poseo un canal de YouTube (con mi nombre) donde llevo publicados más de 200 vídeos sobre mis actividades culturales. Sigo bailando, actuando en teatro, en la docencia de música, de danza y teatro. Investigo y escribo. Siempre trato de integrar las generaciones y promuevo este tipo de grupos.

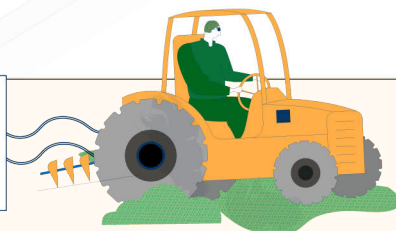
Nunca me sentí discriminado ni agraviado, ni provenientes de los medios de comunicación, ni en el ámbito familiar, me refiero a la sociedad

paraguaya. El paraguayano valora mucho la sabiduría de sus personas mayores. Está entre las personas más queridas y respetadas. Quizá sea una herencia guaraní, que hasta hoy día está plasmada en la conciencia colectiva. Pese a ello, tanto el Estado Paraguayo como las Gobernaciones y los Municipios deben amparar este sector.

Desconozco lo que es el "viejismo", pero siento que la comunicación es importante para que los problemas que afectan a las personas mayores, puedan ser canalizados, tratados y solucionados. En mis actuales roles institucionales, participo de muchas instancias para cuidar y luchar por las conquistas sociales de nuestro sector. Allí se producen mecanismos de comunicación a través de boletines, revistas, comunicados, voceros y representantes que participan de los encuentros.

Creo que de las temáticas relacionadas a las personas mayores que se deberían comunicar más y mejor están la salud, el bienestar social, las actividades físicas, artísticas y recreativas. La seguridad en los traslados o movilidad, la permanente formación y capacitación para la vida.

VOCES MAYORES IBEROAMERICANAS



“PARA HACER FRENTE AL EDADISMO Y LOS FALSOS ESTEREOTIPOS DEBEMOS APOSTAR POR UN LENGUAJE INCLUSIVO QUE REFLEJE LAS DISTINTAS REALIDADES Y EL VALOR DE LAS PERSONAS MAYORES EN NUESTRAS SOCIEDADES”

Afirma José Carlos Baura, Vocal de la Junta Directiva de la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (Mayores UDP), ex Secretario General del Imsero y luchador incansable por los derechos de las personas adultas mayores.

Pregunta. José Carlos, ¿considera importante la acción de la comunicación en los temas de vejez y envejecimiento?

Respuesta. Sí, lo considero muy importante. Creo que la acción de los medios es fundamental para crear y defender una imagen positiva en la vejez. Es necesario comunicar adecuadamente la situación de las personas mayores, mostrando las diferentes circunstancias a las que se enfrentan, vinculadas a aspectos económicos, sociales y culturales. Sus realidades son muy diversas y requieren un conocimiento exhaustivo para no caer en la generalización y el estereotipo.

Escuchamos y leemos comparecencias, noticias y redes sociales impregnadas de un lenguaje paternalista que apela a la lástima o a la obligación de devolver, como si de un favor se tratara, a ‘nuestros mayores’, a ‘nuestros abuelitos’, lo mucho que hicieron por la sociedad actual. Términos emocionales y seguramente bien intencionados que, sin embargo, delatan la ausencia de una mirada donde las personas mayores son, antes que nada, ciudadanas y ciudadanos, con derechos y deberes.

Desafortunadamente, hay muchos mitos sobre las personas mayores profundamente enraizados en la sociedad y que no se corresponden con la realidad pero que encuentran difusión en nuestros medios de comunicación. Apelativos tales como viejos, ancianos, dependientes o pasivos trasladan estereotipos que se traducen en comportamientos discriminatorios que vulneran los derechos de las personas mayores. Y no sólo son graves los comportamientos discriminatorios hacia ellas, sino que, estos mensajes estigmatizados, segmentados y estereotipados, son interiorizados por las propias personas

mayores, llegándose a considerar a sí mismas y erróneamente como personas sin utilidad y valor, aumentando el riesgo de exclusión social.

Pregunta. ¿Qué temáticas relacionadas con las personas mayores considera que hay que comunicar más y mejor?

Respuesta. Creo que los medios de comunicación deben poner de manifiesto, basados en hechos reales, la muy importante actividad que realizan muchas personas mayores. En el caso de España, deben apoyarse, entre otros, en las múltiples e importantes actividades relacionadas con los Centros de Mayores y con las diferentes Administraciones Públicas. Por ejemplo, a través de las Juntas Directivas de los Centros de Mayores y, muy importante, a través de los Consejos de Mayores.

También puede ser importante, visibilizar la actividad de las personas mayores a través de las múltiples actividades que se organizan en Universidades (Universidad de Mayores: cursos para personas mayores, que se apuntan con mucho interés) y sobre todo en el Movimiento Asociativo de las Personas Mayores: conferencias, charlas, mesas redondas, entre otras.

En muchas ocasiones, las personas mayores sólo somos noticia en los medios de comunicación cuando somos víctimas de algún suceso, cuando se habla de soledad, de las pensiones o cuando se habla sobre los avances en alguna enfermedad. Aparecemos en los medios a través de imágenes y denominaciones estereotipadas y con connotaciones negativas, que no reflejan la enorme diversidad de las situaciones vitales que experimentamos.

Se repiten discursos que meten en un mismo “saco” a un amplio grupo con características y necesidades muy diferentes. Unas, -la mayoría de las personas mayores- son totalmente autónomas y no tienen problema alguno, mientras que otras se encuentran ciertamente en situaciones de gran vulnerabilidad y con necesidad de cuidados y protección. **El mero hecho de haber cumplido cierta edad no nos hace a todas iguales.**

Estos artículos, noticias o reportajes no suelen poner en valor el aporte que realizamos en nuestros entornos sociales, en la ayuda que prestamos a las familias, fundamentalmente en el cuidado de nietos y nietas o el apoyo económico en muchos hogares, siendo nuestras pensiones el sustento principal, en tiempos de dificultad. Esta es una narrativa que alimenta la pérdida de valor social de un grupo que se visualiza como uniforme y, esencialmente, no competente. Todo lleva a pensar en la vejez como una etapa vital que difumina las diferencias individuales, mientras que la evidencia gerontológica señala, justamente, todo lo contrario.

Por último, agregar que el incremento de personas longevas se presenta, cada vez más, como un problema, como una carga para la sociedad a pesar de que las organizaciones y movimientos de mayores y diversos organismos internacionales insistimos en señalar que las personas mayores no somos el problema, sino parte de la solución. Que en lugar de ser una carga somos y podemos ser, un recurso.

Pregunta. En ese camino, es importante que los organismos públicos, organizaciones sociales, medios de comunicación y la sociedad toda, reflexionen sobre la comunicación y las personas mayores...

Respuesta. Es fundamental que se conozcan e intercambien opiniones sobre el tema en diferentes instancias. Además, es importante ofrecer una imagen de las personas mayores como adultas competentes, preparadas, capaces de desempeñar roles útiles para la sociedad en su conjunto, frente a la imagen sesgada de un colectivo que representa una carga para la comunidad.

Los medios de comunicación como constructores de la imagen social de las personas mayores y generadores de opinión pública, las administraciones públicas y las entidades sociales debemos de planificar una comunicación basada en el conocimiento objetivo de las distintas realidades y circunstancias de las personas mayores. **Tenemos que apostar por una comunicación libre de estereotipos.**

Pregunta. En ese sentido, ¿qué acciones realizan desde la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP)

Respuesta. Trabajamos y apostamos por una comunicación libre de edadismo, realizando campañas y actividades de sensibilización como los informes del **Barómetro de Mayores UDP**, dando a conocer testimonios y vivencias sobre situaciones discriminatorias en la Sección **Microedadismos**.

Desde UDP también compartimos testimonios y vivencias sobre situaciones discriminatorias, cualquier persona mayor puede participar y narrar su experiencia o vivencia de manera anónima o en primera persona a través de un **formulario**; así como los encuentros Intergeneracionales: **“Hablamos de Edadismo con estudiantes de la ESO”**



Por otro lado, la Red Mundial de Ciudades y Comunidades Amigables con las Personas Mayores, como proyecto promovido por la Organización Mundial de la Salud (OMS), destinado a crear entornos y servicios que promuevan y faciliten un envejecimiento activo y saludable, apuesta por una comunicación responsable a la hora de hablar sobre las personas de mayor edad.

En este sentido, las actuales formas de comunicación, en la web 2.0 y en las redes sociales, sobre todo, deberíamos encontrar una oportunidad de profundizar en nuevos modelos de solidaridad basados menos en la emoción y más en la comprensión y el compromiso.

A título de ejemplo, entre otras muchas actividades, recuerdo en los años 90 (Abril de 1991), siendo yo Subdirector General del INSERSO (entonces Instituto Nacional de Servicios Sociales, del Ministerio de Asuntos Sociales) organizamos unas Jornadas que tuvieron mucha repercusión, en las que participaron muchos importantes periodistas, responsables de los medios de comunicación y responsables de la Administración: "Jornadas sobre Medios de Comunicación y Tercera Edad". Las Jornadas se estructuraron en torno a 5 Mesas Redondas y se abordaron como temas principales: Prensa y Tercera Edad; Cultura y Tercera Edad; Radio y Tercera Edad; Televisión y Tercera Edad; y Quinta Mesa Redonda: Publicidad y Tercera Edad.

“**ESCUCHAMOS Y LEEMOS COMPARENCIAS, NOTICIAS Y REDES SOCIALES IMPREGNADAS DE UN LENGUAJE PATERNALISTA QUE APELA A LA LÁSTIMA O A LA OBLIGACIÓN DE DEVOLVER, COMO SI DE UN FAVOR SE TRATARA, A ‘NUESTROS MAYORES’, A ‘NUESTROS ABUELITOS’, LO MUCHO QUE HICIERON POR LA SOCIEDAD ACTUAL. TÉRMINOS EMOCIONALES Y SEGURAMENTE BIEN INTENCIONADOS QUE, SIN EMBARGO, DELATAN LA AUSENCIA DE UNA MIRADA DONDE LAS PERSONAS MAYORES SON, ANTES QUE NADA, CIUDADANAS Y CIUDADANOS, CON DERECHOS Y DEBERES. ”**



| **José Carlos Baura**, actualmente Jubilado y Vocal Junta Directiva de UDP (Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España). Ex Secretario General del INSERSO y Ex Responsable de Servicios Sociales y Programas sobre Personas Mayores, de la Secretaría General de la OISS.
| Fuente: Propia

Pregunta. Comunicacionalmente, ¿qué más podemos tener en cuenta para combatir el edadismo?

-

Respuesta. Para hacer frente al edadismo y los falsos estereotipos debemos apostar por un lenguaje inclusivo en nuestras comunicaciones, un lenguaje que sí refleje las distintas realidades y el valor de las personas mayores en nuestras sociedades.

Para ello, es importante que utilicemos términos correctos a la hora de referirnos al grupo de personas mayores, y evitar términos como dependientes, viejos, ancianos, pasivos o cargas. No usemos términos obsoletos como “asilos”, no digamos “nuestras personas mayores”. Ni las personas, ni los colectivos de personas deben ser tratados en términos de propiedad. Si queremos dar un trato de proximidad, es mejor hablar de nuestro entorno o sociedad. Es mejor decir “Las personas mayores de nuestra sociedad”.

También debemos evitar errores en el lenguaje de género. No hablemos de “los mayores”, salvo que sea una noticia de “hombres mayores”. Es muy habitual que se utilice el plural masculino para referirse a un colectivo o grupo de personas. Evitemos errores en el lenguaje de género. Lo correcto es hablar nuevamente de “las personas mayores”. La lengua es un elemento cambiante que se adapta a las tendencias de la sociedad. Todas las personas expertas rechazan su estatismo, ya que fluye con los cambios de las tendencias comunicativas. **Entre todos y todas podemos conseguir eliminar estas prácticas para conseguir una plena equiparación entre hombres y mujeres.**

Por último, no generalicemos. Es mejor decir “Una parte de las personas mayores...” Algunas, parte del colectivo, un porcentaje... Resaltar los aspectos positivos, una vida llena de experiencia y no centrarse en detalles e imágenes estereotipadas.

Es importante dejar en claro que las personas mayores somos fuente directa de información y de opinión. Al informar de temas de salud, cuidados o dependencia, debemos ser tomados como referencia informativa y no sólo a cuidadores o familiares. Informar sobre nosotras, con nosotras.

Pregunta. ¿Alguna vez se sintió discriminado o estigmatizado por una frase o una imagen que vio en algún medio de comunicación?

Respuesta. Yo, realmente, no me he sentido discriminado o estigmatizado aunque, como ya he comentado, sí existen y se dan determinados

estereotipos y prejuicios estigmatizantes y discriminatorios, puntuales, hacia las personas mayores en determinados medios de comunicación: tele, cine...

Pregunta. Por último, ¿se sintió discriminado por alguna frase o expresión que le hayan dicho en algún encuentro familiar, entre amigos y amigas o en un espacio público?

Respuesta. No, realmente no he tenido que pasar por este tipo de situaciones en los medios en los que me muevo, y me refiero a familiares, amigos, espacios profesionales.

De todas maneras, y por último, quiero recalcar que considero muy importante fortalecer una relación adecuada entre la imagen de las personas mayores en los medios de comunicación: programas de televisión, entrevistas, entre otros. ●

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

“PARA ENFRENTAR O IDADISMO E OS FALSOS ESTEREÓTIPOS DEVEMOS APOSTAR POR UMA LINGUAGEM INCLUSIVO QUE REFLITA AS DISTINTAS REALIDADES E O VALOR DAS PESSOAS ADULTAS IDOSAS EM NOSSAS SOCIEDADES”

Afirma José Carlos Baura, Vogal da Junta Diretiva da União Democrática de Pensionistas e Aposentados da Espanha (Idosos UDP), ex Secretário Geral do Imsero. ●

● SUMARIO ^



URUGUAY

1° FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE SOBRE ENVEJECIMIENTO (FICE): REPRESENTACIONES E IMÁGENES DE PERSONAS MAYORES EN EL LENGUAJE AUDIOVISUAL

Desde el 22 al 26 de setiembre de 2021 se llevará a cabo esta interesante propuesta organizada por el Centro Interdisciplinario de Envejecimiento (CIEn) de la Universidad de la República y el Cine Universitario del Uruguay, declarada de interés por el Ministerio de Desarrollo Social (MIDES) y el Ministerio de Educación y Cultura.

El cine es un medio de comunicación masiva que a través de sus distintos géneros promueve y da a conocer historias, pensamientos, costumbres y valores desde diferentes enfoques y miradas. Indudablemente, se trata de un actor importante en el proceso de construcción de significaciones sociales, a partir del cual se puede reflexionar, cuestionar y develar algunas temáticas que merecen ser interrogadas con mayor profundidad, entre ellas, la vejez y el envejecimiento.

Desde este marco, el **CIEn de la Universidad de la República** y el **Cine Universitario del Uruguay**, -con el apoyo del Instituto Nacional de Personas Mayores (INMAYORES) del MIDES, el Plan Ibirapitá, de Inclusión digital para jubilados, el Ministerio de Educación y Cultura, Aecid Cooperación Española, la Embajada de España en Uruguay, entre otros-, organizan el **1° Festival Internacional de Cine sobre Envejecimiento (FICE)**, “**Miradas a través del tiempo**” que se llevará a cabo del 22 al 26 de septiembre de manera virtual y, si el estado de situación pandémico lo habilita, se realizarán algunas actividades presenciales.

Las salas del Cine Universitario del Uruguay y del Centro Cultural de España (CCE), en Montevideo, y el Centro Universitario Regional Norte (CENUR), Salto, serán las sedes de este encuentro internacional que también brindará conferencias, charlas y talleres. Durante cinco días se proyectarán sesenta y seis cortometrajes de no más de treinta minutos de duración provenientes de distintas partes del mundo bajo

las categorías ficción, documental, animación y experimental con temáticas variadas y vinculadas a la vejez y el envejecimiento, tales como el paso de tiempo, la sexualidad, los derechos de las personas mayores, entre otras.



| Afiche del Festival Internacional de Cine sobre Envejecimiento.

| Fuente: Centro Interdisciplinario de Envejecimiento (CIEn)

“El punto de partida es el paradigma que considera que las imágenes y representaciones de las personas mayores influyen en la forma en que vivimos en relación a nuestra forma de envejecer, de autopercebirnos como personas envejecientes y relacionarnos con y como personas mayores. En ese sentido, visibilizar la temática, generando espacios para mostrar y reflexionar sobre cómo nos pensamos en tanto sociedad en relación al proceso de envejecimiento puede colaborar a la construcción colectiva de representaciones no estigmatizadas”, reconoce el equipo organizador del FICE.

La propuesta novedosa recibió más de 700 cortometrajes provenientes de numerosos países. Un Comité evaluador integrado por académicos,

referentes y profesionales vinculados a la gerontología y otras disciplinas fue el encargado de realizar la selección de las producciones que finalmente serán proyectadas durante el FICE.

“En primer lugar, uno de los criterios de evaluación fue que los cortos abordaran o contribuyeran a pensar la temática del envejecimiento y la vejez, que sean novedosos, que traten un derecho o una dimensión de las personas mayores que haya sido negada, oculta, invisibilizada. Es decir, buscamos realizaciones que renovaran la mirada vigente”, explicó el Lic. Mauricio Arreseigor, docente de la Universidad de la República. “También buscamos aquellas narrativas que se propusieran derribar mitos y prejuicios, despojarse de los clásicos enfoques de tutelaje, y también tuvimos en cuenta el rol y la participación de las propias personas mayores en esas producciones”, destacó el trabajador social.

Carolina Guidotti y Mónica Lladó, integrantes del comité organizador del FICE y del CIEn, destacaron que los cortometrajes seleccionados no presentan un enfoque estigmatizante y que expresan una idea amplia del envejecimiento que abarca tanto a las personas como a las instituciones, los edificios y patrimonios de las ciudades, los objetos y los vínculos. Se trata de mostrar, justamente, las posibles **“Miradas a través del tiempo”**.

De esta manera, el FICE se propone concretamente “promover la difusión y reflexión sobre algunos temas de interés social, como es el vinculado a las imágenes sociales sobre vejez y envejecimiento; contribuir a la promoción del relacionamiento de la comunidad, la academia y el Cine Universitario; y explorar modalidades alternativas para la formación universitaria desde un abordaje interdisciplinario y transdisciplinario”.

Un comité evaluador integrado por profesionales del CIEn tendrá la tarea de elegir a los/as ganadores/as y entregar un **Premio Ida** y menciones especiales a cada una de las categorías -ficción, documental, experimental, animación- y al Mejor cortometraje del Festival.

La estatuilla del premio fue realizada por los hermanos Maximiliano y Leonardo Galeano en homenaje a la poetisa, intelectual y ensayista uruguaya Ida Vitale de 97 años, integrante del denominado movimiento artístico “Generación del 45”.



| Premio Ida Vitale.

| Fuente: FICE

El envejecimiento en clave audiovisual: algunos cortos seleccionados

Más de sesenta cortometrajes de múltiples partes del mundo fueron seleccionados para ser proyectados durante el FICE. Algunos/as de sus creadores/as anticipan de qué tratan sus producciones:

Las realizadoras canadienses de “Finding Harold”, Katarzyna (directora) Chattrisse (actriz y escritora) y Shannon (actriz y productora), reflexionan sobre el paso del tiempo como un recurso no renovable. Su cortometraje de ficción trata sobre un actor judío mayor que se siente perdido y no deseado en una obra de teatro.

Luiz Alberto Cassol, director brasileiro de "El Grito" plantea como tema central "la despedida" y se interroga: ¿Qué sucede en el momento exacto en que dos personas se despiden de una relación? ¿Qué las llevó a esa despedida? ¿Cuáles son las capas que están en esa despedida? El período histórico, el contexto político, la opresión, la represión...

Desde España, Lizarttone, director y realizador del cortometraje "En blanco" busca reflexionar "entre este paralelismo que hay entre la obsolescencia de los objetos y de las personas, como si fueran cuestiones de caducidad. Muchas veces las personas mayores son tratadas de esta forma (...) como si fueran objetos".

La italiana Antonella Arca, directora del corto animado "Un fenicottero Chiamato Tango", relata "una pequeña historia de amistad, identidad, búsqueda y destino. De relaciones entre personas mayores y jóvenes, entre animales y humanos y entre Cerdeña y el Río de la Plata que ha sido tierra de migración de muchos italianos y tierra de tango".

Irupé Muñoz y Luna Gherscovici, realizadoras del corto de animación en Stop Motion "Somos Resistencia", sostienen que "buscan entrelazar la lucha de los feminismos en Argentina con la lucha de Abuelas y Madres de Plaza de Mayo" porque "consideramos muy importante visibilizar y repensar las representaciones de la vejez en los medios audiovisuales".

Mauro Pando, director del corto documental "Las caricias de los tiempos buenos" cuenta que su obra reflexiona sobre las enfermedades mentales, el amor en la vejez, las tradiciones y el rol de la mujer. Se trata de un trabajo realizado "por un lado, mediante el uso del material de un casting, en el que reúno a 4 actrices con el objetivo de representar a una persona con Alzheimer. Por otro lado, utilizo material muy casero, de una filmación que le hice a mi abuela, en la que ella me cuenta una experiencia muy personal de su vida". El realizador resalta que "el hecho de que exista este Festival me parece fundamental para ayudar a la visibilización de este sector que siempre queda marginado".

De esta manera, asegura el equipo organizador del FICE, "la realización del Festival permite establecer un vínculo entre diversos actores de la Universidad de la República desde una perspectiva interdisciplinaria con el Cine Universitario, promoviendo una interacción dialógica con la sociedad, difundiendo actividades culturales y acercando problemas de interés general a la comprensión pública".

Más información:

<https://www.envejecimientofestival.com>



| "Somos Resistencia"

| Fuente: facebook.com/somosresistenciacorto



TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

1º FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA SOBRE ENVELHECIMENTO (FICE): REPRESENTAÇÕES E IMAGENS DE PESSOAS ADULTAS IDOSAS NA LINGUAGEM AUDIOVISUAL

Entre os dias 22 e 26 de setembro de 2021, uma proposta organizada pelo Centro Interdisciplinar de Envelhecimento (CIEn) da Universidade da República e o Cinema Universitário do Uruguai, declarada de interesse por parte do Ministério de Desenvolvimento Social (MIDES) e o Ministério da Educação e Cultura.

◆ SUMARIO ^

LAS FICCIONES *ON DEMAND* APORTAN A LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS FORMAS DE COMUNICAR LAS VEJECES, LOS ENVEJECIMIENTOS Y LAS SEXUALIDADES

“Si social y culturalmente la vejez LGTB+ está invisibilizada, ¿cómo surgieron estos contenidos en series de plataformas de *streaming* y se convirtieron en producciones masivas y exitosas?”, indaga la Lic. Camila Gramajo Graña en su tesis de investigación sobre representaciones de mayores lesbianas, gays y trans, en *Grace and Frankie* (Netflix) y *Transparent* (Amazon Prime Video).

En México, como en la mayoría de los países de Iberoamérica, no existen datos sistemáticos y específicos sobre la población de Lesbianas, Gays, Travestis, Bisexuales y otras identidades (LGBTB+). Se trata de uno de los grupos más invisibilizados en la esfera pública, social y comunicacional. La carencia, y durante muchos años la ausencia de políticas públicas posibilitaron y posibilitan que estos procesos de envejecimientos se desarrollen en una profunda situación de vulnerabilidad.

Si bien durante los últimos años, y como consecuencia del contexto demográfico, se incrementaron los estudios y análisis sobre las personas mayores, aún se desconoce qué porcentaje de ellas integra el grupo LGTB+. “Carecemos de estadísticas porque, en primera instancia, la sexualidad en la vejez es un tema tabú, y mucho más aquella que rompe con la heteronorma”, reflexiona la uruguaya Camila Gramajo, quien estudió Periodismo en la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) en Argentina y entregó su tesis de investigación para la Maestría en Comunicación del Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de México (UNAM).

El relato ficcional permite reflexionar sobre la realidad, y en él la comunicación como generadora o constructora de significados tensiona sobre ideas y valores que han estado consolidadas socialmente, pero que pueden comenzar a cuestionarse a partir de nuevos discursos. ¿Es posible que un padre de familia llegue a la vejez y decida iniciar un proceso de transición a mujer, tal como sucede en *Transparent* (Amazon Prime Video)? ¿Se puede ocultar una relación homosexual durante años y “salir del closet” a los 70, como experimentan los protagonistas varones de *Grace and Frankie* (Netflix)? En ambas series se narran procesos de envejecimientos que han cargado con el peso del

silencio durante mucho tiempo tan sólo por el hecho de “ser y sentir diferente a lo esperable”.

Pregunta. ¿Cuáles fueron los principales interrogantes y el objetivo de tu estudio?

-

Respuesta. Me propuse analizar cuáles son los discursos que se narran sobre la vejez y su relación con el contexto sociocultural, la clase y el género en los personajes que componen dos ficciones: *Grace and Frankie* y *Transparent*. Puntualmente, mi objetivo de investigación fue indagar cómo se construye la representación de quienes transitan esta etapa del curso de vida como lesbianas, gays y trans. En principio, como investigadora pero también como consumidora de estas plataformas *on demand*, me preguntaba por qué estas producciones apostaban a ficciones que tematizaban cuestiones que no están visibles en el debate social cotidiano, como la sexualidad de personas mayores cis (aquellas que se identifican con el género asignado al nacer) o la vejez LGTB+. Como profesional de las Ciencias Sociales, interesada en la gerontología, me parece fundamental generar estudios que permitan reflexionar y tener datos sobre las personas mayores, dando cuenta de su principal característica: la heterogeneidad.

Claro que “lo que acontece en ambas series dista mucho de la realidad actual de las personas LGTB+ en México, y en América Latina en general, donde la pobreza, la falta de acceso al ámbito laboral, a la educación, la salud y prestaciones sociales como la jubilación o pensiones, son las problemáticas que aquejan a las personas LGTB+ y que afectan por tanto su curso de vida y proceso de envejecimiento de esta población, incrementando la desigualdad en esta etapa de la vida”, explica Gramajo. En las ficciones las y los protagonistas cuentan con condiciones económicas muy favorables,

allí interviene la variable clase, que en estos casos les permiten atravesar sus “confesiones” con cierta “comodidad” material que no disminuye y mucho menos anula los sentimientos de culpa, dolor y de discriminación de familiares y ajenos.

La realización de este tipo de producciones y su distribución a través de plataformas tan populares como lo son Netflix y Amazon, logran visibilizar a un grupo social -personas mayores LGTB+- que para una gran parte de la sociedad mexicana se encuentra oculto, invisibilizado. En general, en las ficciones mexicanas, “las mujeres interpretan a las abuelas que cuidan a sus nietos, que cocinan, y están ligadas a tareas de cuidados. El varón, por su parte, asume roles en los que se lo interpreta como un sujeto inactivo, inútil, y que es cuidado por mujeres, y ello responde a las construcciones sociales sobre la masculinidad”, señala la tesista. Sin embargo, “observo que una parte de la sociedad está dispuesta a indagar qué le sucede, qué nos sucede, ante estas nuevas representaciones que construye a la vejez de una manera diferente, que nos presentan personas mayores dispuestas a vivir y expresar su sexualidad libremente”.



| Camila Gramajo Graña es docente y tallerista de Comunicación y Periodismo; Licenciada en Periodismo, Universidad Nacional de Avellaneda (Argentina) y Maestranda en Comunicación del Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de México.
| Fuente: Propia

Pregunta. Ahora bien, en tu análisis sobre las representaciones, ¿cuáles son los puntos más destacables?

-

Respuesta. Hay tres puntos que remarco y que surgen justamente de la utilización de un enfoque multiescalar. En primer lugar, la importancia de tener activistas en los sets de grabación, equipos de producción y elencos, y por supuesto, escuchar sus observaciones, comentarios y aportes. Creo que esto es fundamental si queremos pensar en nuevas formas de comunicar y crear sentido sobre cualquier temática de las vejez y envejecimientos: sexualidad, discapacidad, migración, raza, entre otras. La mirada de las y los protagonistas, de aquellos sujetos narrados en las historias, resulta fundamental para saber cómo construir representaciones no estereotipadas ni estigmatizadas.

Otro de los puntos, es el espacio que estas plataformas abren hacia otros discursos. Tanto Netflix como Amazon se preocuparon por este cruce temático entre vejez, género y sexualidad y no fueron por las recetas habituales que garantizan un éxito seguro en la ficción. Indagando en cómo funcionan estas empresas y analizando los contextos en los que son producidas las series pude ver que no necesitan alcanzar una audiencia determinada, sino que producen y distribuyen para múltiples audiencias. En ese sentido, su preocupación no es aglomerar a una gran audiencia frente a un determinado producto sino generar distintos grupos a través de distintas temáticas. Al respecto, algo interesante que dice la directora de *Grace and Frankie*, Marta Kauffman, en una entrevista con Associated Press, es que Netflix notó que había un gran público de la generación baby boomer para el cual no había producción de ficciones y que se estaba quedando al margen, por lo que decidieron enfocarse en ello. De allí surgieron producciones como *El método Kominsky* y la mismísima *Grace and Frankie*.

Y, por último, identifiqué cuatro grandes discursos que atraviesan y construyen a los personajes: la sexualidad, el retiro del ámbito laboral, la autoceptación y la denominada “salida del clóset” que es un tema poco abordado no sólo desde la gerontología sino también desde

los estudios de género. ¿Qué pasa con aquellas personas mayores que deciden asumir una identidad u orientación sexual distinta a las heteronormativas que son las socialmente aceptadas como únicas posibles? ¿Resulta un facilitador de este proceso, acaso, el haber transcurrido gran parte de su vida en la cisheterosexualidad, respondiendo a la femeneidad o masculinidad hegemónica? ¿Se mantienen las redes de apoyo? ¿Qué pasa con los vínculos? ¿Cómo cambian las trayectorias de estas personas? ¿Qué espacios de contención existen para este proceso? Todas preguntas que se abren a partir de estas series, y sobre las que es necesario profundizar y accionar socialmente. Aquí, la articulación entre Estados, sociedades civiles, universidades y sectores privados, es fundamental para recolectar datos e información que generen acciones y políticas públicas adecuadas. Este grupo ha estado demasiado solo durante demasiado tiempo...



| **Grace and Frankie** es una comedia televisiva estadounidense original de Netflix.

| Fuente: Netflix

Pregunta. Mencionaste que llegaste a estos puntos destacables a partir de la aplicación de un enfoque multiescalar, ¿en qué consiste?

Respuesta. El enfoque multiescalar lo propone Robert Hodge (2017) desde la semiótica social y su principal característica es que sale del texto y se preocupa por los contextos en los que ese texto es creado. Es decir, no importa únicamente lo que se narra o representa en las ficciones sino también quiénes la producen, dónde, quienes

son parte del elenco, en que contextos socioculturales y políticos son creadas, y cómo son presentadas. Hodge sostiene que las relaciones e intersecciones que se producen entre las esferas del lenguaje, el sentido y la sociedad “se entienden como innumerables redes multiescalares, que parten de los detalles de la vida cotidiana y, en última instancia, conectan con fuerzas y movimientos sociales invisibles como el capitalismo, el racismo y la injusticia”.

Este enfoque se preocupa por los distintos niveles de sentido que componen el texto y los aborda de distintas maneras. Por ejemplo, comenzando con los niveles más generales y trabajando a través de palabras claves, o a la inversa, por lo más particular. Otra opción es iniciar por el análisis de los significados de las palabras, los textos, las imágenes y las prácticas para rastrear el sentido que se produce en esos distintos niveles, y otra, sería analizar el sentido y el significado desde discursos como la religión, la ideología o la sexualidad. Sin embargo, ninguna manera es limitante por lo que se puede trabajar utilizando distintas formas o pensando nuevas.



Pregunta. ¿Qué aportes o desafíos consideras que la tesis le brinda o propone a la gerontología y a la comunicación?

Respuesta. En primer lugar, la posibilidad de explicitar desde la investigación académica que existen distintas formas de envejecer y, por ende, de vivir las vejez. Que es necesario, para garantizar la inclusión y los derechos de las personas mayores, construir y difundir representaciones positivas y ampliadas sobre esta etapa del curso de vida. Que en ese camino tenemos que incluir nuevas temáticas y profundizarlas, como la sexualidad o la transición a otras identidades durante la vejez. Aunque es posible que estos públicos funcionen como nichos de mercado para estas empresas, tenemos que reconocerlas como una oportunidad para equilibrar tantos años de representaciones limitantes y estigmatizantes.

Lo cierto es que también se abren otras líneas posibles de investigación ¿qué pasa con las audiencias frente a estas ficciones? ¿Cómo son sus procesos de recepción? ¿Se ven representados o representadas en estos personajes o resultan realmente ajenos? Otra línea de análisis interesante es cómo funcionan y se relacionan los grupos de fandom de estas series que habitan principalmente en *Facebook*, sobre todo en *Grace and Frankie*, donde los y las fans intercambian memes, noticias y anécdotas en relación a los personajes de las series.

Es importante que los estudios de los envejecimientos traspasen los campos de la psicología y la medicina y permeen ampliamente otros espacios para profundizar la mirada. Y urge que las y los periodistas y comunicadores y comunicadoras nos preocupamos por estos temas, nos capacitemos, y visibilicemos las discriminaciones que sufren las personas por el sólo hecho de ser viejas. La comunicación tiene que estar disponible en todas sus formas para aportar a la visibilización de todas las vejez.

Grace and Frankie (2015) inicia su relato a partir del momento en el que dos varones de 70 años les confiesan a sus parejas mujeres de toda la vida, que han mantenido una relación extramatrimonial, homosexual, por más de veinte años y que desean casarse.

Por su parte, *Transparent* (2014) es la primera serie audiovisual que aborda la transexualidad en la vejez y relata la vida de un padre de familia judía de Los Ángeles que anuncia su proceso de transición a mujer a los 68 años. ♦



| *Transparent* es una serie de televisión por internet de tipo comedia dramática producida por Amazon Studios.
| Fuente: filmaffinity.com/

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

“AS FICÇÕES ON DEMAND APORTAM À CONSTRUÇÃO DE NOVAS FORMAS DE COMUNICAR AS VELHICES, OS ENVELHECIMENTOS E AS SEXUALIDADES”

“Se social e culturalmente a velhice LGBTQ+ está invisibilizada, como surgiram estes conteúdos em séries de plataformas de *streaming* e viraram em produções massivas e exitosas?”, indaga a Lic. Camila Gramajo Graña em sua tese de investigação sobre representações de idosas lésbicas, gays e trans em *Grace and Frankie* (Netflix) e *Transparent* (Amazon Prime Video). ♦

♦ SUMARIO ^



Mirta Turino, Salto, Uruguay 

Soy una mujer mayor de 78 años, me considero una persona activa, salvable y reflexiva. Luego de 13 años de capacitaciones en temas de vejez y envejecimiento, conozco mis derechos cabalmente. Sé cómo quiero vivir, en qué lugar y con quién.

Me parece importante tener plena conciencia de que esta es mi última etapa biológica en el ciclo de mi vida y, por lo tanto, genero una vejez rica, intelectual, emocional y social. Me gusta aprender, compartir y participar junto a otras personas en esta ruta, en este camino guiado por nuestros derechos, que son mi luz, mi destino. Son mi esencia.

Considero a la comunicación de fundamental importancia, la información es muy necesaria en la investigación, en los avances relacionados a los temas de vejez y envejecimiento. Comunicar es básico para formar opinión, sensibilizar y concientizar a la población.

Lo cierto es que para contrarrestar los estigmas es necesario presentar otra imagen de la vejez, no prejuiciada, no estereotipada, no estigmatizada. Hay que buscar y difundir imágenes de personas mayores, por ejemplo, trabajando, yendo a la universidad, compartiendo con otros, aportando a la familia y a la sociedad, creciendo como una persona mayor con derechos.

En general, cuando se representa en los medios a una vieja o viejo, siempre es desde

la carencia, desde la pérdida, desde lo que falta. Personas pasivas, enfermas, en sillas de ruedas. No presentan personas con energía, creatividad, alegría, en movimiento, como existen en gran porcentaje en el universo de las personas mayores.

En lo personal me sentí discriminada más de una vez. Por ejemplo, cuando se ríen porque no dominamos la tecnología, o ante algunas preguntas que hacemos en distintos temas. Cuando nuestra opinión no es valorada. Cuando en una reunión nos ignoran. Es un tema de invisibilidad, incluso aún cuando no actúan directamente contra mi persona, yo puedo sentir esa discriminación.

Justamente, para que la sociedad tome conciencia es importante que se difundan nuestros derechos porque la gran mayoría los desconocen. Es fundamental también dar a conocer el concepto de discriminación por edad para fortalecer nuestro derecho a una vida sin violencias. Es preciso incorporar, además, el enfoque de género porque hay que comunicar vejez diferentes... Así, en plural.

Los gobiernos, los estados y las sociedades tenemos que reaccionar juntos ante esta revolución demográfica tan trascendente que experimentamos. ¡Cuántos cambios en el escenario social, económico, político, cultural!

**VOCES MAYORES
IBEROAMERICANAS**

ARGENTINA

LA CAMPAÑA NACIONAL DEL BUENTRATO HACIA LAS PERSONAS MAYORES CUMPLIÓ 10 AÑOS

Cada 15 de junio, en el marco del Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez, la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia (SENAF), a través de su Dirección Nacional de Políticas para Adultos Mayores (DINAPAM), lanza la Campaña Nacional de Buentrato, con el objetivo de generar acciones tendientes a promover, difundir y proteger los derechos y libertades fundamentales de las personas mayores, respetando su autonomía y el protagonismo de sus vidas.

La iniciativa, que cumplió diez años desde su implementación, se generó como un modo de sensibilizar sobre diversas situaciones que atraviesan las personas mayores, pero con una perspectiva de derechos, y una mirada disruptiva y positiva acerca de la vejez y el envejecimiento, para contrarrestar los mitos y prejuicios contruidos socialmente sobre esa etapa vital.

El objetivo de la campaña es promover la **Cultura del Buentrato hacia las Personas Mayores**, mediante acciones que propicien la igualdad y la no discriminación por edad. En este sentido, se busca sensibilizar a la sociedad -mediante afiches y spots- acerca de la importancia del rol de las personas mayores para trascender esa mirada homogeneizante y estigmatizante que se tiene de la vejez.

De esta manera, y desde hace una década, cada año DINAPAM selecciona un eje temático que invita a reflexionar sobre los temas vinculados a las personas mayores y que desde 2015 se sustenta en la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores para abogar sobre un derecho consagrado en este documento de carácter vinculante.

La DINAPAM explica que “la cultura del buentrato se define en las relaciones con otro (y/o con el entorno) y se refiere a las interacciones (con ese otro y/o con ese

entorno) que promueven un sentimiento mutuo de reconocimiento y valoración. Son formas de relación que generan satisfacción y bienestar entre quienes interactúan. Este tipo de relación además, es una base que favorece el crecimiento y el desarrollo personal”.

Por lo tanto, el organismo reconoce que “es necesario promocionar y fomentar una cultura de buentrato en la totalidad de la sociedad, impulsando la solidaridad intergeneracional, desarmando los estereotipos negativos y los prejuicios, contribuyendo a la construcción de una imagen positiva hacia la vejez”.



| “La Diversidad Sexual no tiene edad”.

| Fuente: DINAPAM

En este contexto, resulta fundamental que los medios de comunicación aporten en la construcción de una imagen positiva del envejecimiento, interpelando y construyendo a las personas mayores como sujetos de derecho, activos, comunicadores, participativos y miembros importantes de la sociedad. Se trata de cuestionar y borrar los históricos discursos que limitan la posibilidad de un pensamiento crítico que invisibilizan la diversidad, la complejidad y las particularidades que implican el envejecimiento y la vejez.

Objetivos específicos de la Campaña Nacional de Buentrato

- Impulsar la Cultura del Buentrato como un conjunto de valores, expectativas, percepciones y acciones que se define en la relación con los otros y que genera un sentimiento mutuo de reconocimiento, respeto, valoración y bienestar entre quienes interactúan.
- Reconocer que las personas mayores tienen los mismos derechos humanos y libertades fundamentales que personas de otras edades.
- Advertir sobre las diferentes formas de abuso, maltrato y discriminación que existen hacia las personas mayores, sobre todo aquellas basadas en la edad.
- Promover acciones que contribuyan a erradicar las formas de discriminación y maltrato hacia las personas mayores, en particular por motivos de edad.
- Potenciar los procesos de empoderamiento para que las personas mayores ejerzan plenamente sus derechos, reconociendo sus capacidades simbólicas y materiales.
- Facilitar la participación comunitaria de las personas mayores articulando con organismos u organizaciones.



| “Nuevas maneras de acompañarnos, la misma necesidad de estar cerca” (realizada junto a PAMI).
| Fuente: DINAPAM



Ejes de las Campañas de Buentrato

- 2012 / 2013: “Buentrato para Todos. Por el Derecho a una Buena Vida”
- 2014: “Disfrutar el Espacio Público es un Derecho de todas y todos. Promovamos la Cultura del Buentrato”
- 2015: “La Diversidad Sexual no tiene edad”
- 2016: “Desafiá tus prejuicios”
- 2017: “Prioridad Mayor”
- 2018: “Desafiá Tus Prejuicios”
- 2019: “Decidir es su Derecho”
- 2020: “Nuevas maneras de acompañarnos, la misma necesidad de estar cerca” (realizada junto a PAMI)
- 2021: El rol activo de las personas mayores durante la campaña de vacunación contra el COVID19 para el cuidado comunitario (realizada junto a PAMI) ●



| El rol activo de las personas mayores durante la campaña de vacunación contra el COVID19 para el cuidado comunitario (realizada junto a PAMI).
| Fuente: DINAPAM

CONGRESO INTERNACIONAL
SOBRE GÉNERO Y DIVERSIDAD
SEXUAL EN LA VEJEZ



TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS



A CAMPANHA NACIONAL DO BOM TRATO ÀS PESSOAS ADULTAS IDOSAS FEZ 10 ANOS

Cada 15 de junho, a Direção Nacional de Políticas para Adultos Idosos (DINAPAM), lança a Campanha Nacional de Bom Trato com o objetivo de gerar ações tendentes a promover, difundir e proteger os direitos e liberdades fundamentais das pessoas adultas idosas. ●

● SUMARIO ^

REPÚBLICA DOMINICANA

ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA POLÍTICAS DE INCLUSIÓN DESTINADAS A LAS PERSONAS MAYORES

El Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE) cumple el rol de “vocero” a la hora de difundir mensajes sobre el envejecimiento activo, que se expresan a través de políticas de inclusión social para las personas mayores, mediante el uso de plataformas de difusión masivas, como medios digitales y prensa del organismo.

El tema envejecimiento poblacional como cuestión de interés ha ido en aumento en la República Dominicana, debido al crecimiento paulatino que viene presentando este segmento dentro de la población total del país, que como se ha dicho en otras ediciones de este boletín, se sigue incrementando también en la región iberoamericana. De esta manera, temas como la protección y la promoción de los derechos humanos de este grupo poblacional son indispensables para lograr los objetivos que como entidad responsable de diseñar las políticas gerontológicas nacionales el Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE) se viene trazando desde su creación.

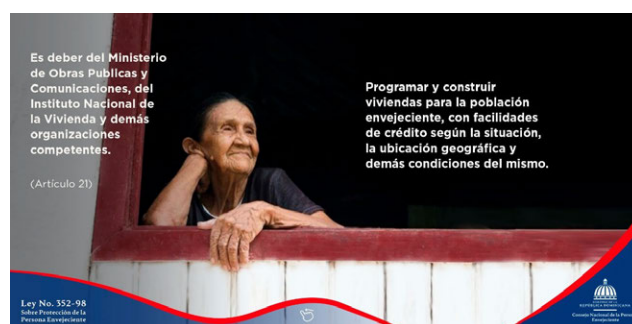
Consultado para este número del boletín, el CONAPE ha definido su rol en torno a las acciones de comunicación como un “vocero” para difundir mensajes sobre el envejecimiento activo, expresados a través de políticas de inclusión social, mediante el uso de plataformas de difusión masivas, como medios digitales y prensa del organismo.

En esta línea, uno de los objetivos expresados públicamente por la nueva gestión del CONAPE es lograr que el tema de envejecimiento activo y participativo sea conocido en la sociedad dominicana. Con esta misión, su Departamento de Comunicaciones trabaja para “lograr la transversalidad con otras instituciones en el tema de la comunicación”.

En este sentido, el Consejo le otorga importancia y especial relevancia al correcto uso del lenguaje, en consonancia con “estándares

internacionales”, y al desarrollo de los procesos de comunicación, tanto internos como externos, con la finalidad de “educar a la población sobre la forma adecuada de llamar o dirigirse a las personas mayores”.

Algunos de los valores convocados por el propio CONAPE para impulsar sus acciones y políticas “se basan en la educación, el amor y el buen trato” hacia este colectivo. Dentro de sus líneas programáticas desde la comunicación, se encuentra el desarrollo de campañas de concientización vía redes sociales, impulsando una “comunicación clara y directa” entre familiares, centros de cuidado, residencias de larga estadía, personal médico, psicológico y todo aquel que intervenga en el trato con las adultas y los adultos mayores del país.



| Pieza de difusión en redes sociales sobre la divulgación de la Ley 352-98, “Protección de la Persona Envejeciente”, sobre su Artículo 21 acerca de los derechos habitacionales y de acceso al crédito en condición de igualdad de las personas mayores dominicanas.

| Fuente: CONAPE

En el caso de los medios de comunicación, se trabajan temas puntuales de acuerdo con las necesidades propias del Consejo o de situaciones coyunturales como aquellas más inmediatas vinculadas a la pandemia por COVID-19 y las medidas impulsadas para este sector de la sociedad. En tanto que desde las redes sociales, las campañas sirven para tematizar o difundir diferentes tópicos, entre ellos aquellos que conciernen al buen trato y cuidado de las y los mayores, ya que son una vía dinámica de comunicación para narrar, también, todo lo relativo a la cotidianidad de este colectivo.

Algunos de los logros de CONAPE reconoce desde su gestión con los medios de comunicación masivos, es que paulatinamente incorporen y aborden el tema de violencia y la discriminación hacia las personas mayores. Según el organismo, “cada vez son más los/as comunicadores/as interesados/as en trabajar las diferentes aristas que tiene la temática”.

Por último, dentro de las campañas de sensibilización promovidas por CONAPE, el organismo destaca “Trátalos bien” y “Por una justicia a favor del adulto mayor”, dos acciones que promovieron la importancia de tomar conciencia sobre los abuso y maltratos en la vejez a partir de la efeméride internacional del 15 de Junio (Naciones Unidas).

Otras acciones comunicacionales más recientes difundidas principalmente en redes sociales por el organismo son la serie de posts difundiendo la Ley 352-98, promulgada el 15 de agosto de 1998, sobre la “Protección de la Persona Envejeciente”, la norma principal para el desarrollo de políticas gerontológicas en el país, con la misión de poder divulgar y dar valor los derechos de este grupo poblacional. Por otra parte, una de las piezas audiovisuales de coyuntura que integran la campaña gubernamental “Rumbo a la Inmunidad Colectiva”, que incluye a personas mayores, entre ellas la historia de Corina Gómez, una mujer dominicana longeva, que promueve la importancia de la vacunación contra el COVID-19 hacia toda la sociedad.

Por último, una de las acciones recientes con características más interactivas que promueve el CONAPE desde sus redes sociales se denomina “Contando historias”, donde el objetivo principal es resaltar y compartir “vivencias positivas” de personas mayores como aportes tanto a la sociedad como a los entornos familiares. En este sentido, una de las metas que se propone el organismo como horizonte cercano para seguir trabajando en acciones de comunicación es la de continuar generando “campañas que ayuden a crear una mayor conciencia del valor humano de las personas mayores y cómo mejorar sus vidas”. ♦



| Pieza audiovisual de la campaña oficial “Rumbo a la Inmunidad Colectiva”, que protagoniza Corina Gómez, de 121 años, quien promueve la importancia de la vacunación contra el COVID-19 hacia toda la sociedad.
| Fuente: CONAPE

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

AÇÕES DA COMUNICAÇÃO PARA POLÍTICAS DE INCLUSÃO DESTINADAS ÀS PESSOAS ADULTAS IDOSAS

O Conselho Nacional da Pessoa Envelhecida (CONAPE) da República Dominicana cumpre a função de “porta-voz” na hora de difundir mensagens sobre o envelhecimento ativo, que se expressam através de políticas de inclusão social para as pessoas adultas idosas, mediante o uso de plataformas de difusão massivas, como mídias digitais e imprensa do organismo. ♦

♦ SUMARIO ^

“PENSAR EN UNA COMUNICACIÓN PARA TODAS LAS EDADES ES EL DESAFÍO MAYOR”

La reflexión de Klever Paredes, periodista y coordinador general del proyecto “Palabra Mayor Colectivo Ciudadano” que promueve el valor y el aporte de las personas mayores a la sociedad ecuatoriana.

“Palabra Mayor” nació en 2010 como una propuesta de comunicación escrita, en formato revista especializada en personas mayores. En aquellos tiempos, en Ecuador no existía ningún medio de prensa de circulación masiva orientado a este grupo etario y esa fue una de las razones para emprender el proyecto, cuenta Klever Paredes y explica que el nombre del programa recoge su historia personal, tiene que ver con sus vivencias en Malchinguí, el pueblo rural donde nació, ubicado cerca de la ciudad de Quito. Allí “nuestras madres siempre nos inculcaron el respeto a la palabra de una persona mayor, al saludo y a la amistad. En ese sentido, la propuesta editorial de “Palabra Mayor” se orientó a presentar el rostro positivo de la vejez, el valor y el aporte de las personas mayores desde sus experiencias de vida”.

Pregunta. ¿Cómo se convierte en “Colectivo Ciudadano” por los derechos de las personas mayores?

Respuesta. Las publicaciones de “Palabra Mayor” despertaron mucho interés entre los lectores que escribían a nuestro correo electrónico para felicitarnos y también para sumarse al proyecto. La ausencia de políticas públicas a favor de las personas mayores, su presencia en los medios de comunicación sólo en determinadas fechas y con narrativas e imágenes de soledad, pobreza, abandono e indigencia motivaron varios conversatorios con personas de todas las edades y la formación de “Palabra Mayor” como un Colectivo Ciudadano. El trabajo de investigación periodística sobre la realidad de este grupo social en nuestra región marcó los objetivos del

Colectivo: crear un espacio de aprendizaje y de reivindicación de derechos, y construir una cultura positiva del envejecimiento y de la vejez en sí.



| Klever Paredes es el responsable de la sección “Palabra Mayor” en el diario público El Telégrafo, ha trabajado en la creación de programas y políticas para personas mayores en las comunidades indígenas y mestizas de la zona rural del cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha, Ecuador. Autor de los libros *Voces* y *Palabras de la Memoria de Pedro Moncayo* y *Ecuador: de país joven a país envejecido*.

| Fuente: Propia

El periodista afirma desde su discurso, pero también desde su práctica cotidiana que la comunicación es una herramienta de participación, educación y cambio. “Hay que abrir espacios para que las voces y palabras

de las personas mayores sean protagonistas y para reconocer la necesidad de empoderarse en los derechos de esta población porque, a diferencia de otras causas, todos caminamos hacia la vejez”.

Pregunta. ¿Cómo aborda la discriminación por edad “Palabra Mayor”?

Respuesta. La imagen negativa y el rol de las personas mayores responden a construcciones sociales que son alimentadas y sostenidas desde los medios de comunicación, el sistema educativo o el discurso del poder. En este sentido la mayoría de los medios de comunicación tienen una deuda con las personas mayores. Lamentablemente, la discriminación procede por razón de edad. Eso es evidente en el acceso a un empleo, a las condiciones de trabajo, educación y salud. Desde los medios impresos y radiales “Palabra Mayor” aborda este tema para generar opinión pública y conocimiento de los instrumentos legales como la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores que reconoce la igualdad de derechos y libertades en el ámbito político, económico, cultural y social. Hemos trabajado en campañas de sensibilización y también mediante el desarrollo de un programa de reinserción laboral para que las personas mayores transmitan sus saberes a las nuevas generaciones en las zonas rurales.

“ LA IMAGEN NEGATIVA Y EL ROL DE LAS PERSONAS MAYORES RESPONDEN A CONSTRUCCIONES SOCIALES QUE SON ALIMENTADAS Y SOSTENIDAS DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EL SISTEMA EDUCATIVO O EL DISCURSO DEL PODER ”

Pregunta. En ese aspecto, ¿lograron incidir en el desarrollo de políticas públicas locales?

Respuesta. En Ecuador todavía los retos y desafíos que significan el envejecimiento de la población no son asumidos en su verdadera magnitud por parte del Estado. Tenemos 1.849.217 personas mayores de 60 años, esto equivale al 10,49% de la población total. Apenas un 30% cuentan con una pensión jubilar, mientras el 70% están en la informalidad y pobreza. Entre el 2015 y 2016, “Palabra Mayor” puso en marcha un proyecto en el cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha, que permitió la creación de una red de organizaciones de personas mayores para la transmisión de saberes y para llevar a cabo acciones de sensibilización de los derechos de este grupo etario. Este es un ejemplo a nivel local, no obstante, el reto mayor, a nivel nacional sigue pendiente.



Pregunta. ¿Qué aportes realiza “Palabra Mayor” al conjunto de medios de comunicación del Ecuador?

-

Respuesta. La experiencia de “Palabra Mayor”, como Colectivo Ciudadano, de a poco se ha convertido en un referente cuando se habla de personas mayores y, generalmente, los medios de comunicación recurren a nuestra opinión cuando abordan temas relacionados a la vejez y el envejecimiento. De igual manera, hemos tenido presencia permanente en el diario El Telégrafo, en radio Pichincha Universal y, actualmente, en radio La Calle. Un aspecto importante para destacar es la posibilidad que se nos ha brindado de participar en talleres con estudiantes de comunicación y plantear la necesidad de construir una comunicación pensada en todas las edades. Actualmente, es muy satisfactorio, que en el programa de radio La Calle contamos con el valioso aporte de una joven comunicadora, Kathy Cuadros, muy comprometida con esta causa.

Pregunta. ¿Qué desafíos hay por delante en términos de comunicación y personas mayores en general y, en particular, para “Palabra Mayor”? Sobre todo, a partir del escenario inédito y crítico que deja la pandemia...

-

Respuesta. Estamos comprometidos, a través de instancias de capacitación, con la tarea de generar nuevos espacios en los medios de comunicación tradicionales y alternativos (redes sociales) en los cuales las personas mayores sean las verdaderas protagonistas. “Palabra Mayor” tiene un limitante y es la ausencia de financiamiento del sector privado o público; el trabajo de años se basa en una militancia por los derechos de las personas mayores. Durante la pandemia los medios de comunicación fueron los responsables de presentar la peor forma de discriminación de las personas mayores, señalándolos como los más vulnerables y sin ninguna demanda posible de sus derechos a

los servicios de salud públicos, por mencionar un ejemplo. Lograr la organización de las personas mayores como actores sociales, es uno de los objetivos como colectivo ciudadano. Otro es incidir en proyectos locales para el financiamiento de emprendimientos que permitan tener un ingreso y enfrentar de mejor manera la crisis económica y sanitaria. Es claro que también es importante que quienes trabajan en los medios se capaciten en gerontología. Por eso el desafío mayor para Ecuador -y para toda la región- es pensar en una comunicación para todas las edades. ♦



| “Hay que abrir espacios para que las voces y palabras de las personas mayores sean protagonistas”.

| Fuente: Propia

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

“PENSAR EM UMA COMUNICAÇÃO PARA TODAS AS IDADES É O DESAFÍO MAIOR”

A reflexão de Klever Paredes, jornalista e coordenador geral do projeto “Palavra Maior Coletivo Cidadão” que promove o valor e o aporte das pessoas adultas idosas à sociedade equatoriana. ♦

♦ SUMARIO ^

PARAGUAY

PROMOCIÓN DEL BUEN TRATO HACIA LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES DESDE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Desde el perfil de Facebook del Instituto de Bienestar Social (IBS), su Dirección de Adultos Mayores difunde y sensibiliza sobre la importancia de promover el buen trato en las personas del país.

Para esta edición del boletín, donde el eje temático invita a compartir acciones o políticas que se realicen desde la comunicación y las personas mayores, la experiencia del Paraguay la aportan dos actividades derivadas de dos efemérides (una local y la otra internacional) a partir de las que se llevaron a cabo instancias de comunicación digital, más precisamente desde la red social Facebook del Instituto de Bienestar Social (IBS), para difundir y sensibilizar a la sociedad paraguaya sobre las personas mayores del país.

En primera instancia, cada 29 de abril se conmemora en Paraguay el “Día Nacional del Adulto Mayor” por disposición de la Ley N° 4.792/12, que tiene el propósito de “brindar un reconocimiento especial a este grupo etario y reafirmar sus derechos, además de brindarles una vejez digna, buscando mejorar la calidad de vida”. La disposición local genera, desde hace algunos años, una serie de actividades en el país que apuestan a promover dichos valores.

Este año, a raíz de las dificultades para la presencialidad por la continuidad de la pandemia por COVID-19, el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, a instancias del IBS y a través de su Dirección de Adultos Mayores, homenajeó a este grupo en su día a partir de una serie de actividades conmemorativas en cada uno de los cuatro hogares con los que cuenta el Instituto, que albergan más de 120 personas mayores.

Mediante el lema “envejecer es un hecho, envejecer con dignidad es un derecho”, la

conmemoración se realizó en modalidad mixta: cada hogar tuvo su acto de conmemoración presencial, con todas las medidas sanitarias, y en formato virtual se desarrolló a través de Facebook Live del IBS que transmitió en vivo un mensaje de las autoridades para las personas mayores en su día. Luego la actividad continuó con la presentación de la “Estrategia sobre Envejecimiento Saludable”, vía la plataforma Microsoft Teams, que fue socializada con las oficinas de atención a las personas adultas mayores de todas las regiones del país.



| Con el lema “Envejecer es un hecho, envejecer con dignidad es un derecho”, el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social de Paraguay saludó en las redes sociales a las personas mayores del país en su día nacional.

| Fuente: IBS

El canal oficial de Facebook del IBS expuso luego algunas instancias de festejo y espacio de recreación y culturales y, al mismo tiempo, también difundió manualidades realizadas por las adultas y los adultos mayores de los hogares para esta jornada conmemorativa.

En segunda instancia, en oportunidad del 15 de Junio, “Día Mundial de Toma de Conciencia sobre el abuso y maltrato en la Vejez” (Naciones Unidas), la Dirección de Adultos Mayores, del Instituto de Bienestar Social, desarrolló ese mismo día un conversatorio virtual en conmemoración de dicha efeméride internacional que fue convocado vía la plataforma ZOOM.

La jornada puso especial énfasis en profesionales que trabajan con el colectivo de personas mayores del país, pero también público en general interesado en la temática. El conversatorio abordó la promoción del buen trato a las personas mayores, así como la prevención de los malos tratos y abusos, desde una perspectiva multidisciplinaria centrada en leyes, normativas y recursos disponibles a nivel nacional.

Algunos de los ejes trabajados fueron los alcances de la Ley N° 1.885/02, “de las Personas Adultas Mayores”, la principal normativa gerontológica del país, desde la que se analizaron modalidades y experiencias de intervención, especialmente tanto desde la Fiscalía como desde la Defensoría del Pueblo en los casos donde se dan situaciones de vulneración de derechos de personas mayores. ♦



| Los espacios recreativos y educativos son parte de las actividades cotidianas que desarrollan las personas mayores que residen en los hogares que posee el Instituto de Bienestar Social. En ocasiones, sus producciones son realizadas para acompañar algún evento nacional o de conmemoración internacional.

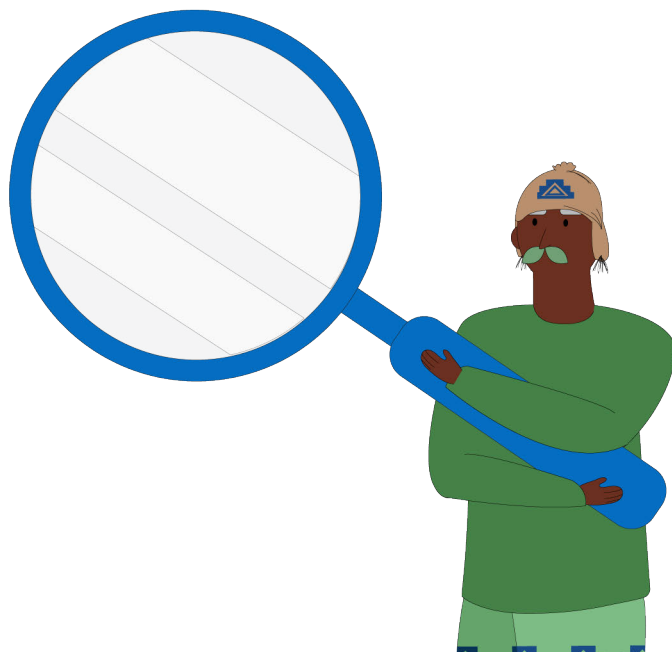
| Fuente: IBS

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

PROMOÇÃO DO BOM TRATO ÀS PESSOAS ADULTAS IDOSAS DESDE A COMUNICAÇÃO DIGITAL

Desde o perfil de Facebook do Instituto de Bem Estar Social (IBS), sua Direção de Adultos Idosos leva adiante ações de comunicação digital para difundir e sensibilizar sobre a importância de promover o bom trato nas pessoas do país. ♦

♦ SUMARIO ^





Marcelina Palacios, 91 años, Asunción, Paraguay 

Nací hace 91 años en Paraguay y actualmente resido en la ciudad de Asunción. Ejercí como maestra durante 5 años, luego pasé a la facultad e hice la Licenciatura en Enfermería, más tarde logré la Maestría en Salud Pública y cursé posgrados en Geriátrica y Gerontología en varios países.

Trabajé por primera vez en el Hospital Militar Central del país, donde fui ascendiendo en mi profesión hasta lograr jefaturas en distintas áreas dentro del hospital y en el escalafón militar. Fui impulsora de muchas estructuras institucionales que innovaron nuevas prácticas allí y más tarde ocupé el cargo de Enfermera Jefe Nacional. Me jubilé después de 10 años de trabajar con personas mayores de todo el país.

Hace unos días salí de compras porque vi un anuncio en mi tienda favorita de que hay una nueva tarjeta que ofrece un 20% de descuento para sus miembros. Fui a tramitar mi descuento, me pidieron los datos para completar el registro y al rato volvieron para decirme que no fui aceptada por la edad.

Para mí fortuna no he tenido malas experiencias, de discriminación o estigmatización por razones de edad, en mi familiares, amistades y compañeros/as de trabajo. Me respetan y valoran mi experiencia. En lo social, no hago filas, me reservan un lugar y si hay escaleras, me ofrecen ayuda para subirlas.

Considero muy importante la acción de la comunicación en la vejez y envejecimiento, porque una mala interpretación causa muchos perjuicios y sin querer se cometen grandes imprudencias. El respeto es uno de los principios básicos para tratar bien a las personas mayores, pensando que muy pronto todos/as vamos a serlo y queremos ser bien tratados/as. Debemos preservar la identidad, hablar con dignidad, fomentar el aprendizaje todos los días y evitar el aislamiento.

Hay que reconocer al viejismo como tal, es un estigma contra las personas. En mi propia experiencia he atestiguado como personas mayores reparten periódicos en bicicletas, un medio de transporte asociado con los más jóvenes. ¡Es un hecho que el ser humano no deja de aprender a lo largo de su vida, yo personalmente aún puedo usar mi computadora, ver y redactar correos electrónicos, uso las redes sociales y hasta uso mi smartphone para oír la misa!

Creo que es importante mejorar las instancias de diálogo con las personas mayores. Adecuar las instancias para habilitar la conversación. A veces es habitual tener que repetir algunas frases, si no nos han escuchado con claridad, pero ello no quiere decir que debemos elevar la voz. No debemos gritar, debemos ajustar nuestro tono de voz a la capacidad auditiva.

VOCES MAYORES IBEROAMERICANAS

Guía para Comunicar con Responsabilidad sobre las Personas Mayores

-

Enlace de acceso

Publicada en 2015 por el Ministerio de Desarrollo Social, a través de su Dirección Nacional de Políticas para Adultos Mayores, la Guía para Comunicar con Responsabilidad sobre las Personas Mayores se constituyó como un valioso aporte en la construcción de una comunicación responsable, inclusiva y democrática, que promueva el diálogo, la interacción y el respeto por los derechos de todas y todos. La guía, destinada a profesionales y técnicos que trabajan en el campo de la comunicación, la educación y de la gerontología, se elaboró con el propósito de brindar herramientas y recomendaciones que reconozcan, visibilicen, promuevan y protejan los derechos de las adultas y los adultos mayores. ♦

Guía de la SEGG para los medios de comunicación sobre el tratamiento de la información y la imagen de los mayores

-

Enlace de acceso

Publicación realizada por la Sociedad Española de Geriatria y Gerontología (SEGG) que pretende contribuir a difundir una imagen positiva de las personas mayores que recoja, especialmente, la heterogeneidad de este grupo de edad y evite los estereotipos negativos que se atribuyen a esta franja de edad. Asimismo, busca sugerir a los medios algunos criterios en la información sobre las personas mayores que pueden resultar positivos (o al menos neutrales, dignos y realistas) para ellas, para medios y lectores. Estas recomendaciones también pueden ayudar a hacer frente al edadismo al que se enfrenta este grupo de población en el ámbito económico, profesional, social, institucional o sanitario. ♦

La representación de los mayores en los medios durante la pandemia COVID-19: ¿hacia un refuerzo del edadismo?

-

Enlace de acceso

Estudio realizado por Stephany Bravo Segal y Feliciano Villar, investigadores del Departamento

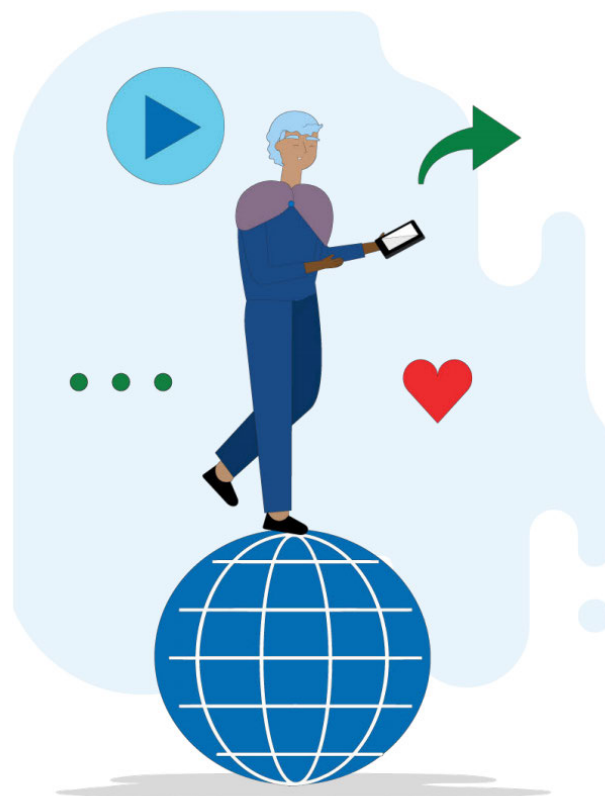
de Cognición, Desarrollo y Psicología de la Educación de la Universidad de Barcelona, en el cual se analizan discursos y representaciones relacionados con los mayores tal y como se presentan en los titulares de publicaciones difundidas en 2 diarios de alcance nacional (ABC y El País) durante la fase más crítica de la pandemia en España. En las conclusiones, y a partir de los resultados de la investigación, se discute en qué medida la pandemia de la COVID-19 puede reforzar una narrativa edadista de los mayores, basada en la fragilidad, el declive y la dependencia, que pueda justificar prácticas discriminatorias dirigidas a este sector de la población. ♦

Recomendaciones para el tratamiento de la información sobre personas mayores, vejez y envejecimiento

-

Enlace de acceso

Documento elaborado por PAMI y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina, en el marco de la Campaña No al Viejismo, presentada el 1 de octubre de 2020, Día Internacional de las Personas Mayores. ♦



La imagen de las Personas Mayores en los Medios de Comunicación de Masas

-

Enlace de acceso

Informe realizado por la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP) que pretende intervenir en el análisis de nuevas propuestas y alternativas adecuadas a la realidad que presentan los medios de comunicación sobre las personas adultas mayores. ♦

Guía de estilo para comunicar de forma responsable, objetiva y realista sobre las personas mayores en Chile

-

Enlace de acceso

Esta guía, producida por la Fundación GeroActivismo, en colaboración con la Brigada de Comunicación Feminista (Bricofem), que busca erradicar el mal uso de conceptos y términos adjetivos discriminatorios para sustituirlos con términos correctos, responsables y sostenibles. Es un insumo dirigido a profesionales que trabajan en las comunicaciones y a quienes les haga sentido mostrar de forma responsable, objetiva y realista a las personas mayores en los diversos medios de comunicación en Chile. ♦

Comunicación y Envejecimiento. Ideas para una política

-

Enlace de acceso

Documento elaborado por el Ministerio de Comunicaciones de Colombia junto al Centro de Psicología Gerontológica (CEPSIGER) con el propósito de contribuir a enriquecer el debate sobre el vínculo entre la comunicación y el envejecimiento y a dar luces para la construcción de una política orientada al desarrollo, la cual contemple el envejecimiento como realidad que acompaña constantemente la vida humana individual y poblacional, desde una perspectiva etárea, de género, étnica y cultural. ♦

Guía para comunicar responsablemente hacia y sobre personas mayores

-

Enlace de acceso

Esta publicación de “Chequeado”, medio digital argentino que se dedica a la verificación del discurso público, la lucha contra la desinformación, la promoción del acceso a la información y la apertura de datos, propone recomendaciones a los/as comunicadores/as para generar contenido libre de viejismos y brinda algunas claves para comunicar responsablemente sobre y hacia las personas mayores. ♦

Encuadre mediático del impacto del COVID-19 en las residencias de mayores: un análisis de contenido sobre la identificación y la gestión del problema

-

Enlace de acceso

En este artículo, elaborado por Jesús Muyor Rodríguez, de la Universidad de Almería, España, se analiza el tratamiento mediático utilizado por la prensa española sobre las noticias que vinculan el COVID-19 con las residencias de personas mayores. La investigación explora la forma de percibir y definir como problema social la pandemia de COVID-19 en el contexto de las residencias, escenarios que se han convertido de especial relevancia en los últimos tiempos, potenciados por la cobertura mediática. ♦



Violencia en la vejez: edadismo, abuso y maltrato hacia las personas mayores

Enlace de acceso

El primer Cuaderno de la colección “Construyendo una sociedad inclusiva y amigable con las personas mayores desde los derechos” publicado por HelpAge España y subvencionada por el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, analiza de forma sencilla un problema muy complejo y de gran magnitud: las diversas dimensiones de la violencia y la discriminación hacia las personas mayores. A lo largo de este cuaderno, además, se aborda la relación del edadismo con la discriminación por motivos de género y otras desigualdades sociales y se realizan algunas propuestas para fomentar el buen trato y eliminar la discriminación, el abuso y el maltrato hacia las personas mayores. ♦

Edadismo en medios masivos de comunicación una forma de maltrato discursivo hacia las personas mayores

Enlace de acceso

Artículo realizado por Stephany Bravo-Segal de la Universidad de Barcelona en el cual se presentan los resultados de un estudio que tuvo por objetivo examinar y describir el tratamiento informativo hacia las personas mayores de algunos medios de comunicación digital de Chile y España. El estudio reveló que en ambos países la presencia de maltrato hacia las personas mayores a través del discurso mediático representa un problema grave y culturalmente naturalizado que se manifiesta de forma explícita e implícita mediante diversas estrategias discursivas como: representación negativa, estereotipada y sensacionalista de las personas mayores, ausencia de voz en la cobertura informativa, terminología inadecuada o reduccionista, discursos edadistas peyorativos y gerontofóbicos y uso y abuso de recursos retóricos y estilísticos. ♦

Una nueva mirada en el tratamiento de los mayores en los medios desde la ética de la comunicación

Enlace de acceso

Artículo realizado por Amparo Suay Madrid, de la Universidad Internacional de Valencia (España), donde se plantean una serie de directrices relativas al “tratamiento mediático correcto”, desde la ética comunicativa, del colectivo de las personas mayores en los medios que sirvan de guía a profesionales, teniendo en cuenta “el escaso número de recomendaciones aparecidas en los últimos años en relación a la vejez”. ♦

Recomendaciones sobre las imágenes sociales del envejecimiento

Enlace de acceso

Guía realizada en 2006 por el Consejo de Personas Mayores del Principado de Asturias y la Consejería de Asuntos Sociales, se trata de una serie de recomendaciones, sobre la importancia del papel de los medios de comunicación, tanto en la creación de estados de opinión y en la consolidación de imágenes sociales, como en su papel de agente en la promoción de cambios en las actitudes de la población, dirigidas a evitar estereotipos y prejuicios sobre las personas mayores y ofrecer una imagen diversa, positiva y revalorizada de este grupo de edad, teniendo siempre en cuenta la complejidad y diversidad inherentes al proceso de envejecer. ♦



El Alzheimer y otras demencias. Uso del lenguaje en medios de comunicación

-

Enlace de acceso

Guía realizada en 2012 por el Centro de Referencia Estatal de atención a personas con enfermedad de alzhéimer y otras demencias (CREA) de Salamanca del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO), destinada a profesionales de la comunicación que trabajan con mayor o menor frecuencia en temas relacionados con la salud. Esta guía pretende marcar las pautas que faciliten a los medios un uso adecuado del lenguaje sobre las demencias. El término demencia agrupa un conjunto de enfermedades y representa un gran reto social, profesional y económico que precisa múltiples respuestas. ♦

Webinario: presentación de la Guía “Personas mayores y lenguaje cotidiano. El poder de las palabras”

-

Enlace de acceso al video

Actividad online para la presentación de la Guía “Personas mayores y lenguaje cotidiano. El poder de las palabras”, organizada por la Fundación Pilares, el pasado 11 de junio de 2020, donde se trabajó sobre el eje: “cómo comunicamos sobre envejecimiento y personas mayores y el poder que tienen las palabras que elegimos”. La guía presentada fue escrita por Teresa Martínez y tiene como propósito “ser una herramienta para generar reflexión en los centros y servicios sobre la importancia del lenguaje como vehículo de indagación y transformación en organizaciones que avanzan hacia una atención centrada en las personas”. Participaron del webinar: Pilar Rodríguez Rodríguez, presidenta de la Fundación Pilares; Loles Díaz Aledo, periodista y presidenta de la Asociación Mayores de Madrid XXI; y la autora de la publicación. ♦

El Club de la Porota

-

Enlace de acceso

“El Club de la Porota” es una propuesta de Comunicación y Vejez que tiene como objetivo visibilizar las vejez desde una perspectiva de

visibilizar las vejez desde una perspectiva de derechos. Porota es un arquetipo de mujer envejeciente quien, a través de sus reflexiones y espacios de comunicación, busca descubrir y valorar las potencialidades de la vejez”. ♦

Las personas mayores como productoras de contenidos y creadoras de agendas propias y locales. Algunas experiencias en la región:

-

- **“Vejez Creativa”**, programa emitido por YouTube y conducido por Patricia Kelly, busca darle un nuevo significado a la vejez, combatir estereotipos, y proporcionar información sobre diferentes temas para enfrentar esta etapa de la vida (México). ♦
- **Revista digital “Mayores UDP”**, Creada por Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados (UDP) de publicación trimestral y que trata sobre el mundo del mayor, el envejecimiento activo y la integración en la vida social (España). ♦
- **Asuntos Mayores Pódcast**, una producción de la Corporación Asuntos Mayores (CoAsuMa) liderada por el periodista y escritor Héctor Tabares, que pretende divulgar prácticas sanas para un envejecimiento activo, saludable y con reconocimiento de sus Derechos Humanos (Colombia). ♦
- **#ConMayorVoz**, programa de radio comunitaria creado y llevado adelante por personas mayores para promover el empoderamiento de las mujeres mayores en materia de comunicación y radio digital (España). ♦
- **Por Mayores**, un programa de radio para personas adultas mayores hecho por personas adultas mayores, domingos de 9 a 11 horas por AM 1010, Onda Latina (Argentina). ♦
- **Guardianes de la Memoria**, programa radial digital conducido por personas mayores de la Federación de Círculos Católicos de Obreros. Lunes y viernes a las 17 horas por Radio Grote (Argentina). ♦

♦ SUMARIO ^

PRÓXIMA EDICIÓN

BOLETÍN 25: “SALUD MENTAL DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES, EN ESPECIAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA POR EL COVID-19”

En consonancia con esta crisis excepcional generada por el COVID-19, el Boletín N° 25 del Programa Iberoamericano de Cooperación sobre la Situación de las Personas Adultas Mayores abordará como eje principal la salud mental de las personas mayores, enfocado principalmente a la situación de pandemia.

El bienestar psicosocial y la salud mental de las poblaciones se ven sumamente afectadas. Las medidas de confinamiento adoptadas por los países, el aislamiento, el distanciamiento social, el cambio en los hábitos en la rutina diaria, la sensación de soledad y las incertidumbres ante el futuro representan, entre otros, factores de riesgo para la salud mental. En este momento inédito que nos toca transitar, la tristeza, la angustia, la impotencia, la ansiedad y la preocupación son reacciones esperables que, en algunos casos, pueden llegar a prolongarse y agravarse, y por tanto, se deben tomar las medidas necesarias para que esto no suceda.

Las personas mayores han tenido que modificar sus realidades. Al igual que sucede con otros grupos poblacionales, estos cambios, pueden provocar una serie de alteraciones psicológicas que pueden influir en su salud mental. Asimismo, cabe destacar que el riesgo de deterioro de la

salud mental se acentúa en aquellas personas que viven solas, no tienen parientes cercanos, carecen de recursos económicos, pertenecen a minorías étnicas y culturales, presentan comorbilidades o afecciones crónicas subyacentes. También hay factores de riesgo diferencial asociados al género, debido al papel protagonista que asumen las mujeres en los cuidados y al incremento de la violencia doméstica, entre otras cuestiones.

En este marco, se hace preciso comprender que la pandemia por COVID-19 no es solamente una crisis de salud pública, sino que es una crisis económica y social, y a medida que pasa el tiempo se transforma también en una crisis de protección y ejercicio de los derechos humanos.

Por ello, en el Boletín N° 25 “Salud mental de las personas adultas mayores, en especial en tiempos de pandemia por el COVID-19”, nos proponemos a realizar un recorrido por algunas de las medidas implementadas por los países de la Región Iberoamericana en materia de salud mental y apoyo psicosocial dirigidas a mitigar el impacto de la pandemia en este grupo poblacional y a reflexionar sobre este eje temático a partir de algunos interrogantes iniciales:



¿Cuáles son los factores de riesgo de los trastornos mentales en personas mayores?
 ¿De qué manera afectó la pandemia a la salud mental de este grupo? ¿Qué acciones y políticas públicas están llevando a cabo los Estados para prevenir y/o minimizar el deterioro de la salud mental durante el aislamiento social? ¿Existen estudios o investigaciones que brinden datos y diagnósticos? ¿Qué ejemplos concretos de buenas prácticas en materia de salud mental y apoyo psicosocial para personas adultas mayores se pueden destacar?

¿De qué manera afectó el confinamiento a la salud mental de las personas adultas mayores que viven en residencias?
 ¿Qué estrategias se llevan a cabo en las residencias de larga estadía para afrontar esta problemática? ¿Existen capacitaciones y formaciones especializadas para las personas que trabajan en la atención a la salud mental de las personas mayores?

¿Cuáles son los principales retos a asumir en materia de salud mental de las personas mayores? Desde el ámbito de salud mental ¿qué acciones se realizan para promocionar hábitos saludables? ¿Existen programas de tratamiento y prevención en el campo de la salud mental en los marcos de estrategias públicas generales?

Estos son algunos de los interrogantes que nos permitirán abordar este nuevo eje temático con el objetivo de seguir aportando a la consolidación de los derechos humanos de las personas adultas mayores.

Las/os invitamos a enviar toda la información que consideren pertinente para compartir en la próxima edición a boletin.programaiberoam@gmail.com

¡Muchas gracias! ◆

TRADUCCIÓN AL PORTUGUÉS

PRÓXIMA EDIÇÃO. BOLETIM 25: “SAÚDE MENTAL DAS PESSOAS ADULTAS IDOSAS, EM ESPECIAL EM TEMPOS DE PANDEMIA PELA COVID-19”

No Boletim N° 25 “Saúde mental das pessoas adultas idosas, em especial em tempos de pandemia pela COVID-19” nos propomos a realizar um percurso por algumas das medidas implementadas pelos países da Região Ibero-americana em matéria de saúde mental e apoio psicossocial dirigidas a mitigar o impacto da pandemia pela COVID-19 nas pessoas adultas idosas e refletir sobre este eixo temático:

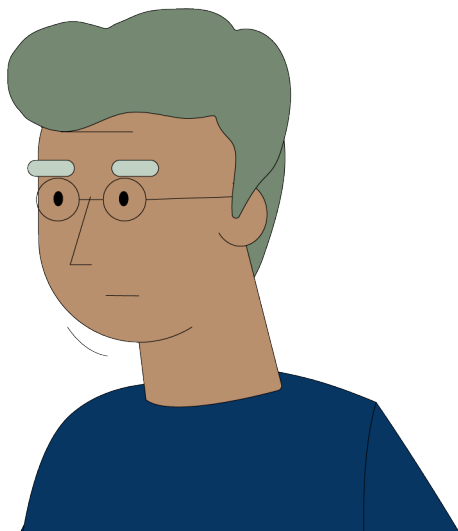
Quais são os fatores de risco dos transtornos mentais em pessoas adultas idosas? De que forma afetou a pandemia a saúde mental deste grupo? Que ações e políticas públicas estão levando adiante os Estados para previr e/ou minimizar o deterioro da saúde mental durante o isolamento social? Que exemplos concretos de boas práticas em matéria de saúde mental e apoio psicossocial para pessoas adultas idosas podem se destacar?

Estas são algumas das questões que nos permitirão abordar este novo eixo temático com o objetivo de continuar a contribuir para a consolidação dos direitos humanos das pessoas idosas.

As/os convidamos a enviar a informação que considerem pertinente a boletin.programaiberoam@gmail.com.

Muito obrigado! ◆

◆ SUMARIO ^





PROGRAMA IBEROAMERICANO DE COOPERACIÓN
SOBRE LA SITUACIÓN DE LAS PERSONAS

ADULTAS MAYORES

www.iberioamericamayores.org

COMUNICAR PARA TRANSFORMAR

