



Bizkaiko Foru Aldundia
Diputación Foral de Bizkaia

LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN	5
COMPOSICIÓN DEL GRUPO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO	8
DIAGNÓSTICO, RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS	9
EL PAPEL DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: SU FUNCIÓN COMO COMUNICADORAS, BIEN SEAN PROFESIONALES O COLABORADORAS	
LOS PRODUCTOS ESPECÍFICOS PARA PERSONAS MAYORES: ¿ESPECIALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN O “ESTEREOTIPACIÓN” DE LAS PERSONAS MAYORES?	
LA IMAGEN DE LA VEJEZ: PROMOCIÓN DE UNA IMAGEN POSITIVA DE LA VEJEZ.	
LA DIFUSIÓN DESDE LOS MEDIOS DE LAS ACTIVIDADES EN LAS QUE PARTICIPAN LAS PERSONAS MAYORES (SEAN O NO EXCLUSIVAS DE ELLAS) Y LA PROMOCIÓN PÚBLICA DE LAS ACTIVIDADES DE LAS PERSONAS MAYORES DESDE EL PROPIO COLECTIVO.	
EL LENGUAJE UTILIZADO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
RESUMEN / DECÁLOGO	17
PLAN DE ACCIÓN A CORTO Y MEDIO PLAZO	19
BIBLIOGRAFÍA	21

Agradecimientos a las personas que han participado en el grupo de trabajo del Consejo de personas mayores y medios de comunicación:

Angel López	Onda Vasca.
Angel Zaldunbide	Secot.
Arantza rodriguez	Deia.
Cesar Coca	El Correo.
Cristina Heredia	Cadena Ser.
David Mejuto	Canal Bizkaia.
Enrique Campos	Radio Nervión y Tele Bilbao.
Federico Merino	Radio Popular.
Felipe Zorrilla	Nagusilan.
Ismael Arnaiz	Hartu Emanak.
Marisa Luengo	Nagusiak.
Máximo García	Aulas de la experiencia.
Pilar Oraindi	Nagusiak.
Urtzi Urrutikoetxea	Hamaika Telebista.
Andoni Rekagorri	Diputación Foral de Bizkaia.
Imanol Zuloaga	Diputación Foral de Bizkaia.
Aitor Urrutia	Diputación Foral de Bizkaia.



INTRODUCCIÓN

A lo largo del siglo XX, las condiciones sociológicas y demográficas que condicionan el envejecimiento han variado sustancialmente. El descenso de la mortalidad infantil, el incremento, sin precedentes, de la población mundial, el incremento de la esperanza de vida –que casi ha duplicado la misma–, han provocado un incremento de la longevidad y una democratización de la vejez.

“El envejecimiento es un proceso que convierte a los adultos en sujetos frágiles, con una disminución en la reserva de la mayoría de los sistemas fisiológicos y una vulnerabilidad exponencial a la mayoría de las enfermedades y a la muerte” Miller (1994). Por ello, que las personas envejecamos es un logro. Que la sociedad lo haga es, cuanto menos, una llamada de atención. La sociedad debe seguir trabajando para que las personas envejecamos y para que lo hagamos en las mejores condiciones posibles. Y que una sociedad envejezca no significa que siempre lo vaya a hacer. Como sociedad debemos adoptar las medidas necesarias para que la población de Bizkaia no se siga envejeciendo.

Ahora bien, mientras tanto, los agentes sociales con influencia en la definición del imaginario social de la vejez, no podemos permitir que esta siga siendo vista de forma negativa, ni que se proyecte una imagen irreal de la misma.

En la actualidad en Bizkaia, aproximadamente el 20% de la población es mayor de 65 años. Según proyecciones demográficas para 2050, este porcentaje estará por encima del 30%. La ONU sitúa al Estado español para dicha fecha como el país más envejecido del mundo, aproximándose al 40% la población con más de 60 años.

Todos queremos llegar a viejos pero nadie quiere ser viejo ¿Por qué? Las respuestas a esta pregunta han de ser el motivo de trabajo de toda la sociedad, en todas sus dimensiones y estratos.



En la infancia, en la juventud, en la etapa adulta, en la madurez, en la vejez.... y por todos los agentes; colectivos de personas mayores, entidades sociales, políticos, medios de comunicación, etc....

Ni siquiera está claro cuando se es una "persona mayor" si bien, se suele aparejar con la edad de jubilación, lo que hace que en nuestro caso, se sitúe en los 65 años. Ahora bien, la barrera de los 65 años considerada como inicio de la tercera edad fue fijada hace ya más de un siglo y por tanto, no puede significar lo mismo hoy que hace un siglo. Ni siquiera lo que significará dentro de pocas décadas.

Vejez, "edadismo" y mercado laboral son ya, de facto en el imaginario social, conceptos inconexos. En la actualidad la vejez como tal, como se entendía hace medio siglo y más atrás, ha dejado de entenderse así. En la actualidad, identificamos vejez con dependencia en edades avanzadas.

Por ello, al igual que el envejecimiento no es una enfermedad, pero los cambios que experimenta el organismo con el paso del tiempo hacen aumentar las posibilidades de padecerlas, los colectivos de personas mayores de Bizkaia y los medios de comunicación con presencia en Bizkaia, como agentes activos de la sociedad y por la importante responsabilidad que ambos tenemos y ejercemos en la configuración del imaginario social de la vejez en Bizkaia, debemos trabajar conjuntamente para que la vejez se vea en positivo.

Abrazamos para ello el nuevo paradigma promovido por las Naciones Unidas denominado envejecimiento activo, definido como "el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen. Se aplica tanto a los individuos como a los grupos de población. Permite a las personas realizar su potencial de bienestar físico, social y mental a lo largo de todo su ciclo vital y participar en la sociedad de acuerdo con sus necesidades, deseos y capacidades, mientras que les proporciona protección, seguridad y cuidados adecuados cuando necesitan asistencia" (OMS 2002).



Por tanto vejez y envejecimiento son responsabilidad individual y grupal, y siempre en el marco completo del ciclo vital.

Envejecimiento activo no son políticas para personas mayores, son políticas para llegar a ser mayores en las mejores condiciones posibles. Y una vez llegado ese momento mantener dichas condiciones durante el máximo tiempo posible.

Tres son los pilares del envejecimiento activo: salud, seguridad y participación. Recientemente, Naciones Unidas ha incorporado un nuevo pilar al envejecimiento activo; el aprendizaje a lo largo de la vida. Estos cuatro pilares para que sean sostenibles deben ir acompañados de la intergeneracionalidad, de manera que todas las personas seamos partícipes del envejecimiento de una forma activa.

Para desarrollar estos nuevos estilos de envejecimiento activo se quiere involucrar al conjunto de las administraciones públicas, a los actores sociales y a las propias personas mayores.

Conscientes de la importancia de los Medios de Comunicación Social en este proceso de cambio, a iniciativa del Consejo de Personas Mayores de Bizkaia y dentro de las actuaciones previstas por el Plan de Envejecimiento Activo de Bizkaia aprobado por la Diputación Foral de Bizkaia, el pasado mes de octubre, del 2010, inició su trabajo un grupo cuya finalidad era hacer un diagnóstico sobre el papel de las personas mayores en los medios de comunicación y, si fuera posible, algunas recomendaciones y propuestas.

Para la realización de este trabajo y con el fin de partir de un "marco institucional" que, de alguna forma, define la importancia y la necesidad del mismo, el grupo de trabajo ha tenido en cuenta lo que sobre esta materia se recoge en los siguientes documentos:

- Conclusiones de las Asambleas Mundiales sobre el Envejecimiento
- Plan de Acción para promover el Envejecimiento Activo en Bizkaia.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

COMPOSICIÓN DEL GRUPO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

El grupo de trabajo ha estado formado por representantes del propio Consejo de personas mayores de Bizkaia, del Departamento de Acción Social de la Diputación Foral de Bizkaia y de diversos medios de comunicación: Radio Popular, Onda Vasca, Deia, El Correo, Canal Bizkaia, Cadena Ser, Grupo Nervión y Hamaika Telebista.

Para abordar la materia y poder centrar el trabajo se eligieron 5 áreas temáticas diferenciadas:

- El papel de las personas mayores en los medios de comunicación: su función como comunicadoras, bien sean profesionales o colaboradoras.
- Los productos específicos para personas mayores: ¿especialización de la programación o "estereotipación" de las personas mayores?
- La imagen de la vejez: promoción de una imagen positiva de la vejez frente al "imaginario social" actual.
- La difusión desde los medios de las actividades en las que participan las personas mayores (sean o no exclusivas de ellas) y la promoción pública de las actividades de las personas mayores desde el propio colectivo.
- El lenguaje utilizado en los medios de comunicación.

Sobre estas materias se hicieron diferentes valoraciones, diagnósticos, recomendaciones y propuestas, que emplazan tanto a los medios de comunicación como a las propias personas mayores y las entidades en que se organizan y que las representan.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

DIAGNÓSTICO, RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS

EL PAPEL DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: SU FUNCIÓN COMO COMUNICADORAS, BIEN SEAN PROFESIONALES O COLABORADORAS.

DIAGNÓSTICO

- Aún sin disponer de datos estadísticos, es evidente que la presencia de las personas mayores en los medios de comunicación social es inferior a la que correspondería en atención a la cuantía del colectivo, y sobre todo, al capital social (conocimientos, experiencias, etc.) que tienen las personas mayores.
- Presencia escasa, normalmente solo en asuntos que les afectan directamente.
- Las personas mayores rara vez aparecen como especialistas en asuntos diferentes a los que son exclusivos de las personas mayores.
- Hay diferencias entre prensa escrita, radio y televisión; es en este último medio donde menor es la presencia de personas mayores como comunicadoras, como presentadoras, comentaristas, colaboradoras, etc., salvo en programas muy específicos.
- Hay medios de comunicación que, acuciados por la crisis, y al igual que otras empresas, están prescindiendo, mediante distintas fórmulas, del personal más veterano a favor de contratos más asequibles de personas jóvenes. Buena parte de la experiencia vital se va con esas personas veteranas.
- La utilización de tecnologías cada vez más complejas y cambiantes favorece la opción por las personas más jóvenes frente a las más veteranas.

RECOMENDACIONES

- Que se tenga en cuenta el valor añadido de las personas mayores como profesionales de la comunicación, fundamentalmente por su experiencia.
- Contar para diferentes trabajos, artículos o programas con profesionales eméritos para aprovechar su conocimiento.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

- Desde las asociaciones y entidades identificar y ofrecer interlocutores cuyos testimonios aporten valor añadido por su formación especializada o experiencia vital.
- Incrementar la presencia de personas mayores en informaciones, reportajes, entrevistas, etc.
- Aprovechar a las Personas Mayores como "transmisores vivos" de la historia reciente (industrialización, crisis económica, etc.) tanto en los medios de comunicación como en los educativos.
- Crear espacios de memoria histórica, rescatando del olvido, o impidiendo que se olviden, la historia de un pueblo, su lenguaje, los dichos populares, las actividades laborales y económicas, las costumbres sociales, los regímenes políticos vividos, los conflictos sufridos, en definitiva, todo aquello que constituye la vida cotidiana de un pueblo y sus gentes.

LOS PRODUCTOS ESPECÍFICOS PARA PERSONAS MAYORES: ¿ESPECIALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN O TENDENCIA A CREAR ESTEREOTIPOS DE LAS PERSONAS MAYORES?

DIAGNÓSTICO

- Se realizan productos específicos para personas mayores en aras a la especialización de la oferta que, en ocasiones, y en función de cómo se aborden, producen un efecto no deseado: el encasillamiento, la creación de estereotipos con respecto a las personas mayores.
- Se programa, especialmente en la televisión, dando por hecho que hay materias que sólo interesan a las personas mayores, o que sólo hay personas mayores a determinadas horas atentas a la pantalla.
- Se crean círculos viciosos: sólo interesa a las personas mayores -> hacemos productos para personas mayores -> sólo lo ven las personas mayores.
- Temas como la salud, el deporte, la información, la cultura, la economía, el entretenimiento, los ecos de sociedad son universales. Interesan a todos.
- En ciertas circunstancias (profesionales y programas concretos), se infantiliza a las personas mayores, cuando participan como público invitado y acuden a programas populares a contar aspectos de sus vida privada.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

RECOMENDACIONES

- Evitar los estereotipos sobre personas mayores en productos de ficción.
- No infantilizar a las personas mayores dando por hecho que su lenguaje o las dificultades de expresión que puede causar la edad supongan un menor nivel cultural o intelectual.
- Evitar la estigmatización cuando se hacen productos específicos para personas mayores.
- Promover desde los medios programas o espacios con una dimensión intergeneracional, en los que participen miembros de distintas generaciones, sobre temas de interés común, que ayuden a "acortar distancias" entre generaciones, a entenderse mutuamente, a construir juntos una sociedad para todas las edades, una sociedad más justa y cohesionada
- Asumiendo que una programación o reparto de los espacios en los medios en función de los horarios, en función del perfil de potenciales "consumidores" es muy razonable, sería bueno que, de alguna manera, la presencia de personas mayores o de temas de personas mayores sea transversal.
- El colectivo de personas mayores siendo, como es, un gran consumidor de medios, debería hacerse notar más a través de los cauces de interacción con los medios, teléfono del oyente, cartas al director, facebook, twitter...
- Proponer, desde las asociaciones y entidades de personas mayores temas, estrategias y contenidos que interesando a la comunidad de mayores no solo les afecte a ellas o que no correspondan con las etiquetas sociales estereotipadas.

LA IMAGEN DE LA VEJEZ: PROMOCIÓN DE UNA IMAGEN POSITIVA DE LA VEJEZ.

DIAGNÓSTICO

- Existe en la sociedad, una imagen del envejecimiento y de las personas mayores que no se corresponde con la realidad actual de este colectivo.
- Todos hemos contribuido, incluso las propias personas mayores, a esta imagen, si bien tampoco el resto de la sociedad, medios de comunicación incluidos, ha hecho mucho para cambiar esa imagen.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

- De lo que sí se ha dado cuenta la sociedad, o al menos los mercados de esta sociedad, es del valor de las personas mayores como consumidoras. Ocio y consumo parecen lo único que se valora de las personas mayores.
- Esta imagen estereotipada, y por tanto negativa, está haciendo que se pierda socialmente la aportación de toda una generación de personas mayores.
- El envejecimiento en el siglo XXI y el papel de las personas mayores será diferente al del siglo pasado, pero, entre tanto, el vértigo de los cambios sociales y tecnológicos actuales hace que la correa de transmisión entre generaciones y la aportación de la experiencia humana y vital no se aproveche.
- Prueba de que el papel de las personas mayores está cambiando es que se empieza a transmitir una mejor imagen. Cada vez aparecen más en los diarios, la radio, la televisión e Internet; cada vez hay más presencia de mayores que viajan, trabajan, hacen deporte y mantienen una gran actividad general. Aún así se mantienen muchos estereotipos.

RECOMENDACIONES

- No considerar al colectivo de personas mayores objetivo de necesidades diferentes a las del resto del núcleo de población.
- Sería interesante primar la imagen activa de las personas mayores frente a imágenes no tan positivas.
- Hacer un reconocimiento público del valor de la contribución de las personas mayores en la construcción de la actual sociedad (desarrollo industrial, recuperación de la democracia, etc.)
- Elegir modelos de envejecimiento activo personajes que han sido relevantes durante toda su vida. Esta gente podría ser imagen de las campañas de promoción publicitarias.
- Destacar el valor del papel de las personas mayores como agentes sociales en el ámbito del voluntariado.
- Hacer visible la función social que están ejerciendo las personas mayores (incluso en términos de PIB) en el cuidado y atención de personas dependientes, ya sean pareja, descendientes e incluso ascendientes. Es una realidad, demostrable, que la mayoría de las personas mayores, más que necesitar cuidados, cuidan a otras personas en situación de dependencia.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

- Aprovechar la función pedagógica de las Personas Mayores.
- Proteger y cuidar de una manera especial la imagen de las personas mayores en situación de dependencia e incapacidad de autodirigirse (personas con deterioro cognitivo o demencia). Para ello cobra una importancia crucial:
 - Garantizar la autorización de las imágenes siempre que aparezcan personas (tanto de las familias como en su caso de los responsables de los servicios).
 - Preservar en el tratamiento informativo la privacidad e intimidad de las personas.
 - Evitar tratamientos sesgados, alarmistas, lastimeros, morbosos o infantilizados de las personas mayores con discapacidades.

PROPUESTAS

A continuación, además de un serie de recomendaciones genéricas dirigidas al conjunto de la sociedad, no sólo a medios de comunicación o colectivos de personas mayores, se presentan unas propuestas concretas que podrían abordarse desde los medios y las entidades de personas mayores

- Promover jornadas, seminarios o talleres dirigidos a profesionales de la información, a las empresas de la comunicación y de publicidad para que tengan un conocimiento integral del envejecimiento activo y de las personas mayores.
- Cambiar progresivamente el actual modelo asociativo de personas mayores, de manera que éste no se organice exclusivamente en función de la situación laboral (jubilados/as), régimen económico (pensionistas) o estado civil (viudas/os); sino que el objetivo sea también promover un asociacionismo que tenga como base la condición de personas y ciudadanía, las aficiones y los intereses propios, objetivos y fines comunes a toda la población.
- Que las actuales asociaciones de personas mayores desarrollen políticas de "puertas abiertas" a su entorno social, interactuando con el resto de agentes sociales.
- Que las instituciones públicas dejen de considerar a las personas mayores como "asunto" exclusivo del área de Acción Social, haciendo posible una participación social integral del colectivo.
- Proponer a los medios de comunicación que pongan en valor esos movimientos transversales e intergeneracionales dando cuenta de sus acciones.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

LA DIFUSIÓN DESDE LOS MEDIOS DE LAS ACTIVIDADES EN LAS QUE PARTICIPAN LAS PERSONAS MAYORES (SEAN O NO EXCLUSIVAS DE ELLAS) Y LA PROMOCIÓN PÚBLICA DE LAS ACTIVIDADES DE LAS PERSONAS MAYORES DESDE EL PROPIO COLECTIVO.

DIAGNÓSTICO

- La presencia de las actividades de las personas mayores en los medios es escasa, salvo en sucesos o noticias que se salen de lo normal o son estereotipos que se limitan a "cubrir el expediente".
- El tratamiento de los hechos objeto de noticia no ayuda a atajar la imagen que se proyecta del colectivo.
- A las personas mayores y las asociaciones en las que están integradas, les falta "oficio" para hacer llegar, correctamente, a los medios de comunicación oficial las noticias de las actividades que desarrollan.
- Las personas mayores y las asociaciones, cuando deciden dar a conocer las actividades que realizan, sólo se dirigen a las propias personas mayores. Se aíslan.
- Se detecta un cierto conformismo con la situación que tienen actualmente las asociaciones.
- Cuando sí se consigue superar esos límites, la sociedad no se suele sentir interpelada o destinataria de las acciones porque están organizadas por personas mayores.

RECOMENDACIONES

- Evitar las etiquetas y "apellidos" en la descripción de las actividades que se realizan para centrar el interés en el objeto de la misma y no tanto en el sujeto. Evitar la marca "cosas de viejos".
- Intentar difundir mejor la vida cotidiana de las personas mayores.
- Para conseguir los objetivos anteriores, las asociaciones de personas mayores son las primeras que han de convencerse de que es bueno y necesario difundir sus actividades fuera del ámbito de su sede social utilizando para ello la gran variedad de medios de difusión actuales, no sólo prensa, radio y televisión.
- Las asociaciones se deben abrir a su entorno social, informando de sus actividades, y participando en actividades conjuntas con otros colectivos, con una perspectiva intergeneracional y de servicio al conjunto de la sociedad.
- En un mundo saturado de información, es preciso utilizar los medios adecuados a cada ocasión, no crear expectativas desmesuradas ni infravalorar el valor de lo que se hace. Se trata analizar las materias de interés, las y los destinatarios objetivos y la forma de llegar a ellos.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

PROPUESTAS

- Crear equipos de comunicación en los colectivos de mayores y nombrar a una persona responsable de comunicación.
- Dotar a las asociaciones de los soportes informáticos y del conocimiento del uso de los mismos, para comunicar y difundir sus actividades asociativas, ya sean para el "consumo interno", como para el conjunto de su entorno social.
- Procurar que los medios de comunicación proporcionen a las y los responsables de comunicación de las asociaciones una vía de contacto directo para el envío de noticias, comentarios, colaboraciones, etc.
- Sería de gran utilidad que desde los medios de comunicación o asociaciones de prensa se impartieran a las personas mayores cursos o charlas sobre cómo elaborar y difundir noticias y actos a través de los propios medios o usando otras fórmulas, desde carteles a las nuevas tecnologías de la comunicación: Internet.
- Hacer hincapié en los logros de personas mayores en actividades en las que la edad es una dificultad añadida y, aún así, consiguen destacarse entre personas más jóvenes.

EL LENGUAJE UTILIZADO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

DIAGNÓSTICO

- En sentido estricto, mayor es una persona con más de 18 años, pero se utiliza para referirse a personas de edad avanzada.
- El calificativo mayor vinculado a una persona, en realidad denota más un estado o un comportamiento que una edad determinada.
- Como contraste, en euskera, "nagusi" sigue representando aún a una persona de edad y la autoridad; en castellano esta segunda acepción está más en desuso.
- No existe un criterio unificado sobre cómo definir a las personas de más de 65 años.
- Con demasiada frecuencia se utilizan términos y expresiones globalizadoras y generalizadoras en relación con las personas mayores, como si se tratase de un colectivo homogéneo.
- Se recurre también a la condición laboral que acarrea un cierto estigma: jubilado, pre-jubilado o pensionista; palabras que evocan a clases pasivas (costosas para el resto).
- Se llegan a utilizar expresiones y lenguajes "infantilizadores" de las personas mayores.
- Cuando una persona es objeto de una noticia y tiene determinada edad, hay una tendencia a calificar esa edad cayendo en ocasiones en absurdos: "un joven de 40 años", ¿hasta cuándo se es joven?; "un anciano de 65 años", ¿cuándo se es un anciano? No sería suficiente con decir: "una mujer de 40 años", "un hombre de 65 años"?



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

RECOMENDACIONES

- No calificar la edad de las personas, y si fuera necesario hacerlo, que sea de manera que no prejuzgue una condición que no le corresponde.
- A la hora de calificar a una persona es más relevante la situación de dependencia que su edad. Con la edad cambian las capacidades y las necesidades, pero en cada persona de una manera diferente.
- Evitar también la asociación de ideas entre situaciones de dependencia y personas de edad avanzada, porque hay situaciones de dependencia que afectan a personas jóvenes y adultas.
- No considerar a las personas mayores de 65 años como ciudadanos y ciudadanas de "tercera" por asociación de ideas con el término de "tercera edad".
- Aceptar el envejecimiento como un proceso continuo, a lo largo de la vida y que afecta a todo el mundo aunque de forma desigual, según la edad, y que por tanto no se inicia cuando se cumplen los 65 años.

PROPUESTAS

- Revisar y actualizar los términos empleados en los contenidos informativos y publicitarios, ya que con las palabras se proyectan conceptos, formas de pensar, de sentir y de actuar.
- Si es necesario definir al colectivo de personas de una edad avanzada utilizar preferentemente el término "personas mayores" en lugar de "tercera edad", "ancianos/as", "jubilados/as", "pensionistas" o "viudas/viudos"
- Valorar si realmente es relevante calificar la edad, por ejemplo: un hombre de 85 años, con una dependencia, tuvo que ser rescatado por los bomberos.
- Sustituir las palabras "asilos" y "geriátricos" por "residencias de personas mayores".
- Evitar expresiones con connotaciones paternalistas o infantilizadoras como "nuestros mayores", "abuelos", "abueletes", etc., que, aunque suelen ser enunciadas con intenciones cariñosas, chocan frontalmente con una concepción de la persona mayor adulta y con capacidad de autodeterminación.
- Sustituir términos globalizadores y etiquetas por expresiones que hagan referencia principal a la dimensión de la persona y ubiquen la enfermedad o limitación en categoría de circunstancia. La dependencia es una situación, no una condición. Por ejemplo, es preferible hablar de "personas con discapacidad", frente a "discapacitados/as" o de "personas con demencias" frente a "dementes".



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

RESUMEN / DECÁLOGO

Y como resumen de todo lo anteriormente expuesto, el Consejo de Personas Mayores de Bizkaia y los Medios de Comunicación, como agentes directamente implicados y con responsabilidad en la evolución positiva del imaginario social de la vejez, reconocemos y acordamos que:

1. Las personas mayores son un capital humano que debe ser tenido en cuenta en la sociedad por ser poseedoras de la experiencia vital que solo el paso del tiempo otorga; y que, como capitalizadoras de esa experiencia vital, tienen la obligación de transmitirla a las generaciones siguientes.

2. Las personas mayores, deben poder ejercer todos los derechos que la jubilación otorga; no deben apartarse ni permitir ser apartadas de la sociedad. Por ello, deben potenciarse cuantas acciones permitan que este colectivo siga siendo útil al conjunto de la sociedad.

3. Las personas mayores, al igual que el resto de la sociedad, tienen derecho a la salud, a la seguridad y a la participación, pero también tienen la obligación de cuidarse, de guardarse y de participar. Son agentes activos de la sociedad en que vivimos.

4. Las personas mayores, en colaboración con los medios de comunicación, deben buscar los mecanismos adecuados para promover una participación más activa en dichos medios de comunicación; no solo en los temas centrados en ellas mismas, sino en también en todos aquellos en los que disponer de opiniones diversas permita un retrato más ajustado de la sociedad, lo que sin duda contribuirá a la generación de una imagen positiva de las personas mayores.

5. Las personas mayores son un colectivo heterogéneo, por ello los medios de comunicación tienen la responsabilidad de no contribuir a generar estereotipos negativos sobre los mayores. Para ello, sería conveniente que se cuidaran los textos de sus informaciones y opiniones para prescindir de términos y expresiones que, careciendo de valor informativo, contribuyen a perpetuar la imagen de la persona mayor como incapaz o como carga para la sociedad.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

6. La descripción de la vejez y de las personas mayores, nos sitúa en un momento en que no está claro la terminología a utilizar en lo que se refiere a personas mayores, tercera edad, persona mayor, viejos, ancianos, etc... La elaboración de un manual de estilo consensuado entre medios de comunicación y personas mayores contribuiría a la eliminación de los estereotipos negativos asociados a las personas mayores.

7. Los medios de comunicación social deben participar en la tarea de reivindicar un envejecimiento activo y dar a las personas mayores el papel que les corresponde en la sociedad, haciendo ver que el envejecimiento activo es cosa de todos, desde los menores hasta las personas mayores. Los medios de comunicación tratarán de ayudar a crear una imagen de las personas mayores más acorde a la realidad del momento: personas activas, poseedoras de un caudal de experiencia e información relevante para la sociedad y que forman parte de un colectivo de gran importancia en términos de población, generación de PIB y consumo.

8. Las personas mayores, de forma individual o colectiva, necesitan desarrollar un proceso de formación y sensibilización para llegar a "empoderarse" y actuar como verdaderos actores sociales, capaces de colaborar en la construcción de una sociedad para todas las edades

9. Las asociaciones de personas mayores deben incorporarse al uso de las nuevas tecnologías de la información y la utilización de los medios de comunicación social (prensa, radio, televisión y TIC), asumiendo, las personas mayores, en general, y las asociaciones de personas mayores, en particular, compromisos recíprocos de participación, colaboración y ayuda.

10. Los Medios de Comunicación y las instituciones públicas no deben considerar a la persona mayor como un asunto exclusivo del área de acción social, haciendo posible su participación integral en la sociedad.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

PLAN DE ACCIÓN CORTO Y MEDIO PLAZO

Con el fin de ir haciendo realidad cuanto se ha recomendado y propuesto para cada una de diferentes materias estudiadas, el Grupo de Trabajo plantea el diseño y desarrollo de las siguientes acciones:

PRIMERA:

Diseñar y desarrollar unas jornadas sobre personas mayores y medios de comunicación social en las que, participando como ponentes personas mayores, profesionales de los medios de comunicación social, personas expertas de la universidad, se traten temas como los siguientes:

- La imagen de las personas mayores en Europa.
- La imagen de las personas mayores en Euskadi – Las nuevas personas mayores.
- ¿Cómo se ven reflejados las personas mayores en los medios de comunicación social?
- La publicidad y las personas mayores.
- Las redes y las TICs, como medio de socialización de masas.
- ¿Venden las personas mayores en los medios?
- Comunicación de experiencias en línea con los cambios en la vejez y el envejecimiento.

SEGUNDA:

Diseñar y desarrollar un taller o seminario en el que, bajo el título "Aprender a Comunicar", personas mayores, como generadoras de noticias, pensamientos, opiniones y transmisoras de conocimientos y experiencias, aprendan a comunicarlas a la sociedad, utilizando, o no, para ello, a los medios de comunicación social. Objetivo:

- Aprender técnicas de comunicación.
- Conocer los recursos y las herramientas de las nuevas tecnologías para la comunicación.
- Crear una "red de corresponsales" en todo el Territorio Histórico de Bizkaia, constituido por profesionales de comunicación en las juntas directivas de las asociaciones y colectivos de personas mayores.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

TERCERA:

Constituir entre todas las personas responsables de comunicación de las asociaciones y colectivos de mayores, un vínculo estable de trabajo y comunicación, con el fin de que actúen como una "Agencia de Noticias" en todas las materias relacionadas con las personas mayores: información, opinión, formación, servicios, etc. Sus objetivos serían:

- Acercar toda la realidad de las personas mayores y sus colectivos al conjunto de la sociedad, directamente y/o por medio de los medios de comunicación social.
- Proporcionar "materiales" para su inserción en el Portal 2.0 de las personas mayores de Bizkaia.
- Ser vínculo estable de enlace entre los colectivos de personas mayores y los medios de comunicación social.

CUARTA:

Crear y mantener un panel de personas mayores que asuman el papel de comunicadoras para intervenir en los medios de comunicación. Tendrán cabida en el panel todos los temas relacionados con las personas (profesión, aficiones, experiencias, etc.) y su entorno social (cultura, historia, leyendas, etc.). Su objetivo:

- Reconocer al capital social y cultural de las personas mayores.
- Promover la transmisión de conocimientos y experiencias.
- Ofrecer una imagen actual de las personas mayores, como agentes sociales, integrados en el conjunto de la sociedad.



LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA

BIBLIOGRAFÍA

I Asamblea Mundial: Plan de acción internacional de Viena sobre el envejecimiento.

www.gerontologia.org/porta1/archivosUpload/Plan_Viena_sobre_Envejecimiento_1982.pdf

II Asamblea Mundial: Informe de la Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento, Madrid, 8 a 12 de abril de 2002.

www.un.org/spanish/envejecimiento/index.html

Las Naciones Unidas y las Personas de Edad.

www.un.org/spanish/Depts/dpi/boletin/olderpersons/

Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad.

www.un.org/spanish/Depts/dpi/boletin/olderpersons/princ.html

Día Internacional de las personas de edad.

www.un.org/spanish/Depts/dpi/boletin/olderpersons/days.html

Manifiesto Bizkaia por el envejecimiento activo.

www.bizkaia.net/home2/Archivos/DPT03/Temas/Pdf/Manifiesto%20Bizkaia%20por%20el%20envejecimiento%20activo.pdf

Plan de acción en materia de envejecimiento activo.

www.bizkaia.net/home2/Archivos/DPT03/Temas/Pdf/Plan%20de%20actuaci%C3%B3n%20en%20materia%20de%20envejecimiento%20activo.pdf

Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad.

www.un.org/ageing/un_principlessp.html



Bizkaiko Foru Aldundia
Diputación Foral de Bizkaia

LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BIZKAIA