

**Autor: Miguel Bordejé Antón**

*Presidente de CEATE y ASAUTE*

## **"LA MARGINACIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN"**

De forma global puede decirse, sin lugar a la duda ni temor a equivocarse. que, en términos generales, el sector de las personas mayores constituye hoy el bloque social más importante dentro de nuestra sociedad. Dos datos especialmente avalan esta afirmación. Por un lado está claro en cuanto al número, dado el avance que en este sentido se viene dando con la continuidad implacable que marca el calendario de las jubilaciones o prejubilaciones. Pero, por otro, no puede dejarse de considerar la categoría humana. social. moral. cultural o política de que están adornados sus componentes.

Si la primera consideración salta a la vista a la mínima observación de nuestras calles, plazas, lugares de reunión. centros culturales o sociales, salas de salud o de ocio, por citar algunos aspectos más frecuentes de la vida y que con certeza matemática nos confirman las estadísticas, por lo que se refiere a la progresiva presencia de las personas mayores en una buena parte de la realidad social la conclusión se convierte en axioma. A excepción de algunos campos, como el de la representación política en los principales organismos con capacidad de decisión (Congreso, Senado, Cortes Autonómicas...) o de otros como el de la moda, el de la economía o las nuevas tecnologías, el avance de la presencia y actuación de las personas mayores es palpable.

### **Una trayectoria vital de los ciudadanos mayores**

A este respecto se impone el reconocer la trayectoria vital que insuflan en la sociedad sus nuevas generaciones de mayores. Por supuesto que su preparación cultural y su participación social viene alcanzando los mismos niveles que en la mayoría de los ciudadanos, pero es que además su respuesta ante los problemas y necesidades más diversas sobrepasa la media nacional, y sus deseos de seguir estando presentes en sus propias comunidades y de aportar soluciones adecuadas se palpa en multitud de circunstancias. Valga citar, como ejemplo. el Voluntariado en todas sus variantes.

Por eso es más de notar y resalta de forma muy llamativa la escasa atención, cuando no peyorativa atención, que prestan y ofrecen los más diversos medios de comunicación a las personas mayores. E cierto que en este campo se ha pasado por diversas etapas. De la desconsideración total, a no ser sobre algún tema con ribetes de tremendismo o tintes descalificadores, a un punto en que aparecían con más frecuencia asuntos de interés para las personas mayores. siendo éstas, a su vez, autoras de sus propias noticias. Proceso en que hay que reconocer la labor del IMSERSO por acercar el mundo de la prensa y la cultura a los diversos sectores sociales con algún tipo de carencias.

Es en esta etapa de los años ochenta cuando aparece la revista "Sesenta y más" y posteriormente algún espacio radiofónico, como "El club de la vida", debiendo resaltarse también que con motivo de eventos como el Año Internacional de las Personas Mayores o posteriormente la II Asamblea Mundial del Envejecimiento, se

notó un resurgir del interés de los medios informativos sobre las personas mayores en general, y sobre cuestiones como su economía, su mundo cultural, sus necesidades familiares, sus posibilidades de participación, etc.

Aun siendo esto poco y producirse de forma más bien anárquica, al irse dando cuenta los medios de los hechos expuestos más arriba y también de las posibilidades económicas que el sector ofrece, es más frecuente la aparición de noticias, habiéndose prodigado la publicación de algunas revistas desde la empresa privada, aparte de Boletines diversos y espacios radiofónicos, éstos enfocados generalmente a temas de salud.

### **Otra actitud de los medios**

Tras estas consideraciones, y situados ante la realidad descrita y frente a la actualidad, no puede decirse sino que el tratamiento de los medios de comunicación, especialmente de los grandes, tanto públicos como privados, deja mucho que desear por lo que a las personas mayores se refiere. Ahí están los estudios al respecto realizados a lo largo de los últimos años, por empresas privadas de publicidad unos y por el IMSERSO otros. El último es de hace un mes, presentado en la inauguración del Curso de Verano sobre "Los Medios de Comunicación y las Personas Mayores". de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, que tuvo lugar en Santander los días 28 de agosto al 3 de septiembre.

Como resumen de dicho estudio queda claro que el tratamiento que los medios de comunicación ofrecen sobre dicho sector es paupérrimo, cuando no denigratorio, tanto por lo que se refiere a la información propiamente dicha en los diversos medios como a través de la publicidad soportada en los mismos. Se trata de un colectivo que supera con creces los 7 millones (lo que hace acercarse al 20 % de la población total española). Sin embargo de ninguna manera se acomodan las imágenes a su realidad social, económica, cultural o política.

A pesar de los avances referidos más arriba, los propios mayores siguen viéndose reflejados en los medios como dentro de un mundo de soledad, dependencia, negativos al compás de la vida, como problema, mientras, por el contrario, en la mayoría siguen primando los conceptos de deseo de vivir, de mejorar, de influir en la sociedad. La cuestión es más fuerte si, además, sobre los primeros aspectos el propio lenguaje empleado en los medios deja mucho que desear, al dominar en él un tono paternalista cuando no un tanto dramático y hasta infantiloides, y como si en su inmensa mayoría vivieran en una Residencia. Y por lo que a las actitudes ante la vida y sus avances se refiere contrastan hechos como el que un 25% de personas mayores tiene teléfono móvil y supera el 17% el índice de los que usan con bastante normalidad Internet.

Ante estas evidencias y la presencia de periodistas, el Curso finalizó ofreciendo la llamada "*Declaración de Santander*", en busca de un código deontológico de los profesionales sobre el tratamiento de la información acerca de las personas mayores, de un gran peso e influencia éstas en nuestra sociedad, como se dice al principio de estas líneas.

En este documento final los periodistas presentes muestran una actitud realmente positiva, proponiendo un conjunto de fórmulas que hagan cambiar radicalmente el tratamiento informativo sobre el colectivo. Tanto esta Declaración como el Estudio referido es de esperar vean la luz pronto a través de su publicación. En cualquier caso, como resumen de las propuestas de los periodistas es de resaltar la necesidad de mostrar el envejecimiento como una etapa más de la vida, ni mejor ni peor, sino distinta, en la que se dé la importancia necesaria a los valores que encarnan las personas mayores - serenidad, experiencia, respeto, independencia, memoria del pasado...- precisamente en contraste con los valores que sistemáticamente se destacan, como norma general, sobre juventud, belleza, rendimiento económico, etc.

Ante la marginación señalada, y de la que es absolutamente necesario salir, por todos los medios que la sociedad y sus instituciones disponen, y para lo que es imprescindible la colaboración de las propias personas mayores, la Declaración termina resaltando la necesidad de dar a éstas su propia voz, como ciudadanos independientes que son y protagonistas de sus propias vidas. Más aún, como primer paso se sugiere el recurso a ellas como primera y mejor fuente informativa en todo cuanto les concierne, y también en otras muchas cuestiones en las que su voz puede ser clarificadora.