



Enrique Pozón Lobato*

LOS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



La juventud es vista en los medios de comunicación –prensa, radio, televisión, Internet - como único elemento positivo y vendible, dando a las personas mayores un menor tratamiento y una imagen distorsionada. Es pues necesario se presente de forma digna y precisa la realidad de este colectivo integrado por personas activas en su diversidad de estilos de vida, que aportan a la sociedad todo lo que puede dentro de su carácter heterogéneo. La pluralidad de los mayores debe tener respuesta, no una única respuesta en una sola dirección. Por ello es necesario impulsar la presencia de los mayores en los medios de comunicación en donde se reflejen como cualquier otro ciudadano, protagonistas en los temas que les afecten directamente. Poco a poco se va normalizando la presencia de los mayores en los medios de comunicación, en igualdad de condiciones e integrados. Es más, los programas de mayores deben interesar a todas las edades.

Hemos planteado una cuestión que todavía, en los comienzos de la segunda década del siglo XXI, no ha sido resuelta de manera satisfactoria. De ahí la necesidad de poner de relieve una serie de cuestiones a tener en cuenta, si queremos, de verdad, proyectar en la sociedad la realidad del envejecimiento y la vejez. Mostrar la diversidad de modelos dentro del colectivo de personas mayores, haciendo especial referencia a los aspectos positivos de los hombres y mujeres de edad, de modo que el envejecimiento se presente como un proceso individual donde influyen múltiples aspectos y donde aparece para la gran mayoría de las personas una etapa llena de posibilidades.



Para ellos se impone las siguientes recomendaciones:

Primera.- Evitar presentar la vejez como una situación que lleva consigo una pérdida irremediable de facultades; de inevitable soledad; de incapacidad de aprender: origen de un colectivo improductivo e inútil; o en clave de humor, enfrentando el modelo de valores asociados a la juventud, como la producción y la rápida innovación, con los ritmos y estilos de vida propios de la generación de personas mayores. Por el contrario ofrecer una imagen de las personas mayores competentes, capaces de desempeñar roles útiles para la sociedad, con una mayor presencia en los medios de comunicación aumentado los contenidos informativos referidos al envejecimiento, con temas de interés relacionados con al mismo



Segunda.- Revisar y actualizar las palabras y los términos que se emplean para definir conceptos propios del envejecimiento y la vejez, ya que ello condiciona actitudes, formas de pensar y sentir sobre el colectivo de personas mayores. En este sentido se considera adecuado utilizar el término persona mayor frente a tercera edad o ancianos, y la palabra residencia frente a asilo o geriátrico, evitando también expresiones con connotaciones paternalistas o infantilizadoras como por ejemplo nuestros mayores, abuelos, abueletes, etc., que aunque suelen ser enunciadas con intenciones cariñosas, chocan frontalmente con una concepción de la persona mayor independiente, con capacidad de autodeterminación. Tampoco la utilización de términos globalizadores ya que es preferible hablar de persona con discapacidad frente a discapacitados o de persona con demencia frente a dementes, ya que no todas las personas mayores son discapacitados, dementes o enfermos sino determinados individuos en el marco de la vejez.



Tercera.- Evitar abordar el ingreso en residencias de las personas mayores como si ello fuese un suceso inevitable y trágico. Además hay que huir del tópico del abandono de las familias en la atención de las personas mayores- que en ocasiones especiales como los periodos vacacionales o en tratamientos informativos sobre los recursos residenciales u hospitalarios, aparece en los medios de comunicación -, olvidando que hoy por hoy la gran parte de las personas mayores en nuestro país conviven con sus familias y su fuente principal de apoyo cuando necesitan cuidados son estas.

Cuarta.- Transmitir y reforzar la importancia de las personas mayores en el intercambio generacional, teniendo estas la importante misión de la transmisión de la experiencia, y poniendo de relieve su capacidad de reflexión desde la distancia que posibilita el paso del tiempo y la historia vivida, destacando además el peso del grupo social de las personas mayores como fuerza política, estimulando a la participación y al compromiso social de las mismas.

Quinta.- Como recomendación final, estimular a los y las profesionales de la información a complementar su formación interesándose y especializándose en el ámbito de la gerontología.

**Catedrático de Física y Química (jubilado). Doctor en Ciencias de la Educación. Doctor en Derecho. Doctor en Veterinaria. Ex profesor ponente del Aula de Mayores de la Universidad de Málaga.*