

# EXPERIENCIAS Y APORTES PARA UN MAPA DEL ENVEJECIMIENTO EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

Experiences and contributions for a map  
of the aging in Latin America and the Carib

## AUTORES

Adriana Patricia Fravega

[afravega12@gmail.com](mailto:afravega12@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0003-3906-851>

Natalia Dominguez

[nataliadominguez82@gmail.com](mailto:nataliadominguez82@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0001-9693-9941>

Mariela Carnino

[macarnino@gmail.com](mailto:macarnino@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0002-0370-3399>

Centro de Comunicación y Adultos Mayores

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata

República Argentina

### Palabras clave

comunicación/cultura

educación

vejez

envejecimiento

adulto mayor

El presente trabajo analiza el campo de estudios de la Comunicación/cultura en diálogo con el campo de estudios de la Gerontología, a partir de las experiencias y la producción de investigaciones llevados a cabo en el Centro de Comunicación y Adultos Mayores en la Universidad Nacional de La Plata.

Se propone un trabajo conjunto entre ambos campos y abrir caminos hacia un enriquecimiento en producción de conocimientos, acciones y proyectos transformadores sobre personas mayores, vejez y envejecimiento en nuestra región Latinoamericana.

### Abstract

### Keywords

communication / culture

education

oldness

older persons

The present work analyzes the field of studies of the Communication / culture about dialog with the field of studies of the Gerontology, from the experiences and the production of investigations carried out about the Center of Communication and Major Adults about the National University of La Plata.

One proposes a joint work between both fields and ways open towards an enrichment in production of knowledge, actions and projects transformers on major persons, oldness and aging in our Latin-American region.



Esta obra está bajo  
una Licencia Creative  
Commons Atribución-  
NoComercial-SinDerivar  
4.0 Internacional.

## EXPERIENCIAS Y APORTES DE LA COMUNICACIÓN / CULTURA PARA UN MAPA DEL ENVEJECIMIENTO EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

Por Adriana Patricia Fravega,  
Natalia Domínguez  
y Mariela Carnino

### Pensar la vejez desde la comunicación

El presente trabajo apunta a pensar el aporte de los estudios de la comunicación/cultura al campo interdisciplinario gerontológico latinoamericano, a partir de las experiencias y proyectos llevados a cabo desde el año 2003 en la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), con el grupo de trabajo del Centro de Comunicación y Adultos Mayores (CECAM).

El análisis se funda en el objetivo de abrir caminos y generar un enriquecimiento, actual y a futuro, de las líneas de producción de conocimientos y acciones transformadoras referidas a personas mayores, vejez y el envejecimiento, prioritariamente a la región latinoamericana.

Previo a describir estos apuntes, corresponde una primera aclaración en cuanto a definir el uso la dupla terminológica personas mayores, cuando se alude al grupo socio-cultural de interés. En virtud de ello la nominación usada en este trabajo se atiene a lo consensuado en la recientemente aprobada Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores (CIDHPM), el 15 de junio de 2015.

La Convención define como persona mayor a «aquella de 60 años o más, salvo que la ley interna/de cada estado firmante/ determine una edad base menor o mayor, siempre que esta no sea superior a los 65 años. Este concepto incluye, entre otros, el de persona adulta mayor» (CIDHPM, 2013:3).

Por lo su lado, la tarea del CECAM a más de una década de articular extensión, docencia e investigación desde la Universidad pública y gratuita con las personas mayores, se sumó a la defensa y aplicación del paradigma del envejecimiento activo y saludable. Según la Convención citada un envejecimiento activo y saludable es resultado de un

proceso por el cual se optimizan las oportunidades de bienestar físico, mental y social, de participar en actividades sociales, económicas, culturales, espirituales y cívicas, y de contar con protección, seguridad y atención, con el objetivo de ampliar la esperanza de vida saludable y la calidad de vida de todos los individuos en la vejez, y permitirles así seguir contribuyendo activamente a sus familias, amigos, comunidades y naciones. El concepto de envejecimiento activo y saludable se aplica tanto a individuos como a grupos de población (CIDHPM, 2013: 4).

Desde este marco conceptual los talleres de periodismo, de lenguajes digitales y de expresión cultural (teatro y escritura creativa, entre otros), se idearon con un objetivo: que los mayores pasen de ser consumidores pasivos de los medios de comunicación a inter-aprender y producir mensajes propios, para visibilizarse y para participar activamente del espacio público.

Según la UNESCO, el envejecimiento activo se articula directamente con el ejercicio de derechos, para «lograr la educación de calidad para todos y el aprendizaje a lo largo de toda la vida». El Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible, que la UNESCO coordina, ha hecho hincapié en la importancia del aprendizaje a lo largo de toda la vida como una clave para el siglo XXI.

También el artículo 14 de la CIDHPM sostiene que la persona mayor «tiene derecho a la libertad de expresión y opinión y al acceso a la información, en igualdad de condiciones con otros sectores de la población y por los medios de su elección». En ese sentido, se entiende que la comunicación social se constituye en una dimensión que atraviesa las prácticas y los sentidos, construidos y a construir, en la defensa y apropiación de derechos.

Que las personas mayores hagan uso de la palabra y a ser escuchados, asumiendo nuevos roles en calidad de «pro-consumidores», se convierte en arma estratégica de los Estados y de sus pueblos en pos del envejecimiento activo. En este punto, resulta necesaria una aclaración respecto del

concepto prosumidor. El término, que proviene de la articulación de los términos: productor, usuario y consumidor, define a la posibilidad de producir noticias, artículos, crónicas y una amplia variedad de recursos comunicativos, como las conversaciones en espacios públicos, las expresiones artísticas, y las prácticas sociales de la vida cotidiana.

Aún con el marco legal señalado, muy pocas de estas acciones han sido hasta hoy encaradas por el campo de estudios de la Comunicación Social. Existe en Latinoamérica una vacancia de conocimientos y de prácticas transformadoras destinados a entender, por ejemplo, cómo y de qué manera se apropian, resisten o rechazan las personas mayores los contenidos y los diversos formatos de la industria cultural, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información (NTICS), entre otros aspectos y dimensiones listadas más adelante en esta invitación.

Para empezar a recorrer un camino de producción de conocimientos y de acciones para institucionalizar el diálogo comunicativo-gerontológico e investigar con compromiso académico, social y político, es necesario revisar los pasos dados hasta este momento desde la gerontología en clave comunicacional.

Por caso, la investigación titulada «Producción de Contenidos para los Medios Universitarios y Públicos en radio y televisión» (2011-2014, FPYCS-de la Universidad Nacional de La Plata) marca un hito en esa dirección. En ella, se diseñó y aplicó de manera inaugural una encuesta y se conformaron grupos focales de personas mayores en tres ciudades argentinas, incorporando a este colectivo como sujeto de interés de las audiencias nacionales, en particular para conocer su opinión y sus miradas críticas sobre la programación de la televisión y la radio argentinas.

La investigación indicada se realizó en un contexto regional de promoción del desarrollo de políticas que ponen a la comunicación social en el centro de los cambios necesarios para apuntalar la soberanía y el desarrollo de los estados y sus pueblos. En países como Argentina, Ecuador, Uruguay y Venezuela se aprobaron proyectos para modificar la legislación sobre el sistema de medios, legalizando condiciones propicias de apertura participativa y diversidad en las expresiones de las minorías.

En el caso de Argentina, con la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) promulgada el 10 de octubre de 2009 por la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, se abrieron posibilidades de producción de contenidos audiovisuales y radiales, de corte federal descentralizado y de inclusión de más voces de diferentes organizaciones sociales y grupos socio-culturales, y no solo a los grandes multimedios hegemónicos.

En el contexto de aprobación de la LSCA, el especialista en la temática Denis de Moraes aseveró que «por primera vez en la historia de la región, un país formula, aprueba y hace cumplir una legislación que protege y valoriza la diversidad informativa y cultural, a través de un marco regulatorio democráticamente discutido e instituido».

En ese mismo sentido de Moraes también explicó que

Existe también el riesgo de unificación de las líneas editoriales y de predominio de las ambiciones empresarias por encima de los intereses del conjunto de la sociedad. Las conveniencias corporativas se basan frecuentemente en estrategias de maximización de la ganancia, sin prestar mayor atención a la formación educativa y cultural de la audiencia y, menos aún, a los valores y sentidos de pertenencia que conforman las identidades nacionales y regionales (Denis de Moraes, 2013)

Queda claro que es factible construir los espacios para favorecer la participación de las personas mayores en iniciativas de orden comunicacional, que se vuelvan visibles en pos de un cambio cultural que construya sentidos fundados en la vejez activa. Asimismo, ejercer los derechos a informarse y a comunicar, tanto como reconocer y analizar las construcciones de sentidos que circulan en los medios de comunicación, instalando miradas negativas sobre este colectivo representa un recurso indispensable para enfrentarlas,

En este marco, la gerontología comunicacional tenderá a emprender proyectos e indagaciones que institucionalicen su interdisciplinariedad. Parte de la tarea descrita ya puede incentivarse. Ambos campos de estudio priorizarían la interacción, profundizando y detectando sentidos circulantes, con el fin de comprender y describir de forma más completa los discursos de los medios masivos, los productos de la industria cultural, así como, los mensajes circulantes a través de las nuevas tecnologías en temas de envejecimiento, vejez y representaciones en torno a las personas viejas.

Las investigaciones encaradas por el CECAM representan sólo una instancia inaugural de un proceso mayor en vías de realización. En este sentido las indagaciones «Construcción de sentidos y prácticas de comunicación sociopolíticas y culturales de las personas mayores en el Partido de La Plata» (Bianual 2015-2016; UNLP) y el ya mencionado proyecto «Producción de Contenidos para los Medios Universitarios y Públicos en radio y televisión» (2011-2014) junto con tesis de grado de jóvenes interesados en problematizar y reconocer cuestiones atinentes a las personas mayores desde el campo de la Comunicación/Cultura, «Los invisibles de siempre» (Tesis de grado FPYCS -UNLP de Gabriela Fernández. 2015), «Políticas Mayores: Educación, saberes y representaciones sociales sobre la vejez» (Camila Carnero), y «Adultos mayores y erotismo. Nuevas prácticas y representaciones» (Hendrikssen: 2015) son una muestra de esta emergencia.

### Nociones que marcan la acción

A fin de sustentar el planteo de un diálogo entre el campo gerontológico y el comunicacional, es necesario referir los conceptos y posiciones teóricas, políticas y epistemológicas desde los que se considera y defiende la cuestión a encarar en la región.

En primer término, definir que la comunicación social puede y debe ser una herramienta en pos de favorecer cambios para revertir los estereotipos negativos que circulan en la sociedad sobre el viejo o el mayor, la vejez y el envejecimiento. Como también que la comunicación se constituye en herramienta clave para empoderar a las personas adultas mayores en el ejercicio de sus derechos a usar la palabra, participar y hacerse visibles en la esfera pública.

La comunicación está presente en todas las prácticas sociales y actúa en la producción social de sentidos, en tanto proceso que nace en la interacción social, en el intercambio con el otro y los otros.

En tanto prácticas, la comunicación social implica la valoración de las relaciones humanas y sociales, a diferencia quienes la entienden y aplican como mercancía. Ya que como mercancía pasa a ser mero ir y venir de información, basa su emisión de mensajes en impactar, vender, persuadir sin importar los sujetos y las historias de los mismos. La información como parte del mercado de bienes se asimila a la

compra, la circulación y la venta de objetos de las empresas que los producen.

La información a secas, como lo entiende el sentido común, se asocia al mero hecho de emitir un mensaje, como un acto técnico de difundir sin importar si el sujeto que está del otro lado comprende, atiende, la hace suya para aprobar o reprobar los mensajes.

Por otra parte desde el sentido común se recorta la comunicación únicamente a lo emitido por los medios de comunicación masiva. Sin embargo, comunicar va más allá de la mera transmisión de información a través de dispositivos tecnológicos.

Al respecto María Cristina Mata (1993) sostiene que

Comunicarse es ponerse en contacto con el otro, entablar relaciones, compartir nociones y sensaciones, a veces directamente y otras a través de algún canal de naturaleza técnica que permite la interacción entre emisores y receptores.

Otro aspecto teórico conceptual remite a comprender la comunicación como un hecho transversal e intrínseco a la cultura. Porque, justamente, no habría forma de transmitir ni compartir la cultura si no es en y con los procesos históricos y actuales de interacción comunicacionales, tanto entre personas, grupos como entre instituciones.

De aquí la adopción del par indisoluble comunicación/cultura. En este sentido, el sociólogo y semiólogo Héctor Schmucler sostiene:

Vista así la comunicación, como constituyente de lo humano, como momento de trascendencia de lo individual, de comunicación con el otro, modifica su relación con el concepto de cultura. Deberíamos hablar entonces de una relación comunicación/cultura, es decir, de espacios semejantes (...) que sólo pueden surgir en el contexto de la comunicación entre actores y de una inter-subjetividad que sólo se forma sobre la base siempre amenazada del reconocimiento recíproco. (Schmucler, 1997: 113)

La trascendente tarea que reviste traccionar en los países latinoamericanos desde el punto de vista gerontológico-comunicacional, para poner en tensión y para promover nuevas miradas de la vejez y del envejecimiento, implica adherir a la

idea que ha planteado en numerosas entrevistas el semiólogo argentino Héctor Schmucler: «Es hora de aceptar que las maneras de ser, actuar y de estar de todos los sujetos tienen a la cultura y la comunicación como indisociables. Una no puede pensarse sin la otra».

Así entendida la comunicación juega un papel inexcusable en la transmisión de los modos de la vida de los pueblos, y las personas mayores representan una fuente fundamental de transmisión de esas historias con sus relatos a las generaciones que los suceden, sean estos familiares, vecinos, hijos, nietos, etc. Y no solo en la reconstrucción histórica de los relatos de los pueblos, les cabe a las generaciones longevas participar en la construcción del futuro mediato e inmediato en el continente.

Como es bien sabido, América Latina es la región del mundo que envejece a pasos más rápidos en este siglo. De hecho, según datos oficiales de CEPAL, entre 1950 y el 2000 la población de más de 60 años pasó de 5.5 por ciento a 8.8 por ciento; y se prevé que para el año 2050 aumentará hasta llegar al 23.6 por ciento, es decir que en un siglo América Latina pasará de tener 9 millones de ancianos a tener 180 millones.

En términos de longevidad, en los últimos 60 años la población de la región ha ganado 21,6 años como media, lo que significa que la esperanza de vida pasó de 51,8 años en 1955 a 73,4 años en la actualidad.

Las formas en que cada sujeto y/o grupo social comprende la vida, la muerte, la maternidad, la niñez, la vejez, lo bueno, lo malo, lo lindo, lo feo, lo necesario, fueron y son instituidas en los procesos históricos de la comunicación/cultura. La una no puede pensarse sin la otra porque ellas contribuyen y son responsables de la manera de ser de los hombres del mundo.

Resulta relevante que las disciplinas del campo gerontológica se atengan a pensar qué y cómo se construyen y circulan significaciones en torno a la vejez, los viejos y el proceso de envejecimiento de la sociedad.

La matriz epistemológica, teórica y política desde la cual se parte para repensar y subvertir las representaciones del sentido común que dejan fuera de reconocimiento y acción a las personas viejas es la que se apoya en esta concepción de comunicación/cultura.

Porque todo lo que se produce y reproduce a través de las diferentes modalidades, relatos y lenguajes usados en la comunicación moldea las prácticas sociales. Lo cual es igual a sostener que lo dicho y las maneras de decir tienen su correlato en el hacer; es decir, asumen carácter performativo.

Es importante aclarar que la persona mayor no es pensada como un grupo etario únicamente, sino desde una mirada culturalista, con identidades pertenecientes a aquellas subjetividades que se construyen y que constituyen desde y con prácticas socio-culturales. Donde entran en juego mediaciones estructurales, en cuanto condiciones materiales de existencia, y otras ideológico-hegemónicas, tales como los sentidos que de ellos construyen otras subjetividades, por ejemplo, los jóvenes.

Asimismo, se avala una epistemología del viejo y la vejez anclada en aquello que involucre potencial material y simbólico para un buen envejecer y un envejecer con los otros, en convivencia con las otras edades.

Lo planteado anteriormente pretende enfrentar y desterrar los discursos que buscan construir una mirada sobre los mayores y sus condiciones de vida fundados en la carencia. Es decir, responder a una epistemología de la vejez anclada en aquello que no se tiene (sanidad, dinero, dignidad, fuerza, reconocimiento, etc.) y de los mayores como sujetos desprovistos de, que no tienen, y por ende, no pueden, hasta no poder llegar a ser.

Esas formas del decir y comunicar contribuyen a desprestigiar las políticas de países latinoamericanos a favor del crecimiento; sociedades soberanas e inclusivas basadas en el ejercicio de derechos de sus ciudadanos, particularmente en los últimos años. Y que persigue la instauración de la imagen de las personas mayores ancladas en el des-empoderamiento, para ellos mismos y para con los demás.

Los posicionamientos y análisis que al referir a los mayores y la vejez hacen eje en la deuda social, son aquellos que ocultan y minimizan los avances de los programas y políticas gerontológicas de países que adhieren y aplican políticas, entendiendo a los sujetos viejos como sujetos de derechos.

Frente a ello, es necesario ejercitarse y desmontar los mecanismos mediáticos que distorsionan la información,

ocultando y excluyendo los cambios que en la vida de muchísimos mayores, que se dan gracias a las transformaciones operadas.

Identificar y desmontar sentidos y mecanismos invisibilizadores y des-empoderantes que impiden el logro del envejecimiento inclusivo, activo y diverso, necesita de un ámbito interdisciplinario y transversal en la producción de saberes, conocimientos y prácticas relevante para enfrentar los discursos hegemónicos de vejez pasiva, anclada en las carencias más que en reales y factibles logros de este colectivo. Por el contrario, sin perder la riqueza de la diversidad, los países deben bregar por una comunicación que configure culturalmente una epistemología que promueva representaciones sociales conducentes a la instauración de la imagen y la participación de las personas mayores desde el empoderamiento.

### Comunicación/cultura en clave gerontológica

Los aportes del campo de la comunicación social pueden discernirse en ejes problemáticos-propositivos, según el foco de interés y las funciones que cumpla en cada sociedad y/o grupo social, siempre pensados en clave regional.

Es posible y deseable vincular estos sub-ejes de forma situada a las temáticas y problemáticas que interpelan imágenes del envejecimiento y las vejeces los pueblos de la región.

Con lo dicho hasta aquí, se listan a continuación algunos vínculos posibles entre los campos de la comunicación y la gerontología para una transformación cultural que acompañe y potencie las propuestas que viene proponiendo, especialmente la pos gerontología (Iacub: 2010). Estos vínculos implican:

-Revisar las construcciones de sentidos provenientes de las producciones la industria cultural y de los multimedios. Por ejemplo, en las películas realizadas por la industria del cine se encuentran una infinidad de maneras de contar y de emitir/omitir imágenes de viejos y de vejez, como «Saraband» (2003), «El regalo» (2008), «Esperando la carroza» (1985), «Narayama-bushikô» (1983), «The Old Man and the Sea» (1958), «Elsa y Fred» (2005) y «Thebucketlist» (2007), «Patatas arriba» (2011), «Arrugas» (2012) y «El cuarteto» (dirigida por Dustin Hoffman, 2013), además del documental «Cosas chiquitas» (2012).

- Atender con mirada crítico-analítica los contenidos que emiten los medios masivos de comunicación tradicionales -la radio, la televisión y la prensa- y los medios digitales, entre ellos las redes sociales, para observar qué mensajes hacen circular en diferentes formatos y géneros sobre los temas/problemas de interés en el campo. Por caso, tanto la radio como Internet son soportes por los que circulan discursos con significados altamente incorporados en la vida de las personas, y que están mostrando determinadas maneras de concebir a los viejos y otorgarle/negarle determinados lugares y competencias sociales.
- Prestar atención y revisar el uso discursivo en la sociedad; en los grupos que la componen, tanto generacionales como por el lugar que ocupan en el espacio social. La importancia del lenguaje en la construcción social de los sentidos es un aspecto clave a identificar. Porque los términos empleados, las expresiones lingüísticas pueden lograr aprobación, deseo o por el contrario, rechazo, o negación respecto a los viejos y al proceso de vida del envejecer.
- Términos tales como: viejo, anciano, veje, decrepito, pobre, pasivo, asistido, retirado, o estos otros tales como mayor, experimentado, sabio, incluido, activo, creativo, participe, independiente, configuran diferentes significados que inclinan la balanza hacia la aceptación/inclusión o el rechazo/exclusión, conceptos que deberíamos repensar en la construcción de un entramado social que respete y valore a sus mayores.

El ejercicio consiste en detectar ¿Qué miradas están proponiendo uno y otro conjunto de términos a las demás generaciones? ¿No están, acaso, construyendo la realidad de los sujetos de edad, en sentido positivo o en sentido negativo, conforme se aplique una u otra palabra? Y ¿cuáles términos y expresiones generan concepciones desviadas y distorsionadas de lo que los propios mayores sienten y desean? ¿Cuáles son los grises y matices en estas significaciones que transportan maneras de nombrar y de usar las significaciones de la comunicación/cultura?

Como dice María del Carmen Ludi (2011:1) «los modos de nombrar la vejez y a los sujetos portadores de la misma se plasman en modos de hacer».

- Articulado al planteo general, tanto gerontólogos como todos los actores vinculados al campo prácticas gerontológicas-los comunicadores entre ellos- incluir en sus estudios otro aspecto que juega cuando se comunica: el poder. Porque la comunicación es un elemento transversal a las relaciones de poder. Y las relaciones sociales están atravesadas por el poder en todos los espacios y mediaciones sociales (laborales, familiares, de conocimiento, asociaciones de jubilados, barriales, etc.).

El poder del que se habla aquí en clave comunicacional no es aquel de la matriz moderna que atribuía al periodismo la función de ejercer el «cuatro poder», como contralor de las instituciones y estamentos de un gobierno.

El Poder en función del uso actual de la palabra (en todos sus soportes signos) y en un contexto histórico- social determinado. Y en cuanto a su ejercicio: el poder de quien/es tiene/no o no en determinado momento histórico y lugar la legítima y legitimada atribución de expresarse sobre ciertas cuestiones, en ciertos lugares y momentos y no en otros.

Es deseable llegar a identificar desde las propias prácticas sociales, si son los mismos mayores o solo los académicos, expertos y profesionales quienes se embisten de la legitimidad de hablar en nombre de ellos: los pobres viejos, los mayores vulnerables, de teorías del envejecimiento, entre otros, y hacer evidente que «efectos de sentidos» embiste tal posición y uso del poder de la palabra conlleva.

Si se está de acuerdo con que en los países latinoamericanos resulta fundamental detectar las significaciones de envejecimiento, vejez y viejos vigentes y quien/es son los actores protagonistas de esa construcción., entonces se reconocerá el poder de la comunicación como herramienta de transformación en las luchas por alcanzar un cambio cultural a favor de los derechos de las personas mayores para contrarrestar toda forma de vejeísmo y de edadismo. Según, el Dr. Leopoldo Salvarezza, Médico Psicoanalista, Psiquiatra, Geriatra, ex Profesor titular de la Cátedra de Tercera Edad y Vejez de la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires «Aquello que podríamos llamar vejeísmo, es un prejuicio, un estereotipo y una discriminación de la gente joven hacia la gente vieja que remite al miedo de envejecer y por lo tanto, al deseo de distanciarnos de las personas mayores que constituyen un retrato posible de nosotros mismos en el futuro. No es indispensable ser joven para vivir la vida y para gozar

de ella, basta con mantener activo el deseo, no importa los años que se tengan».

En tanto, el edadismo ha sido señalado como la tercera gran forma de discriminación de nuestra sociedad, tras el racismo y el sexismo.

Mientras prevalezcan representaciones sociales que instalen/refuerzen únicamente imágenes de fragilidad, incompetencia mental, física y participativa respecto a los viejos y un fuerte temor a envejecer, será casi nulo todo proyecto de que pretenda aumentar sus condiciones de bienestar vital y alcanzar su empoderamiento como grupo social (Iacub y Arias: 2010).

### Propuestas de acción para enfrentar el vejeismo con la comunicación/cultura

Con lo dicho, organizar y encarar propuestas de investigación y diseño acciones inter y transdisciplinarias en las esferas mediáticas, educativas y comunitarias que impliquen a las políticas públicas y a las organizaciones sociales dedicadas a las personas mayores, la vejez y el envejecimiento, y las inviten a emprender todo un camino. Entre otros, al desafío de incluir al campo gerontológico en la mirada comunicacional, para fundar redes con acciones dialogantes en proyectos que tengan como propósito la integración de este grupo socio-cultural como parte real de cada pueblo. Del mismo modo que promover actividades de tipo intergeneracionales en todos los ámbitos de la vida social.

En esta dirección y a modo de cierre, en el marco de los estudios en comunicación y gerontológicos, los desafíos latinoamericanos son:

- Promover líneas estudios /investigación, docencia y producciones socio-culturales desde y con la comunicación social que impliquen efectivamente a los mayores y sentidos positivos sobre el envejecimiento y la vejez.
- Desmontar relaciones verticales de poder al interior de los grupos de personas mayores y en todos sus espacios de socialización -centros de jubilados, sociedades de fomento, talleres de memoria, de informática, etc. Para ello, resulta necesario incluir los modelos teóricos

de la comunicación y sus implicancias políticas, económicas y sociales al interior de sus grupos como también en su articulación con el resto de los grupos e instituciones sociales.

- Analizar críticamente los medios de comunicación, sus producciones y los dispositivos económicos-políticos y económicos de la industria cultural, en cada territorio local. Como se expuso antes, es desde los medios desde donde se producen sentidos hegemónicos excluyentes/inclusivos y/o invisibles respecto al envejecimiento, la vejez y las personas mayores.
- Diseñar y desarrollar proyectos y experiencias de comunicación relatadas y protagonizadas por las propias personas mayores (y no solo por los expertos en gerontología, geriatría, comunicación social) en el uso de las nuevas tecnologías y de los medios masivos de comunicación.
- Idear y poner en práctica tareas y proyectos en espacios comunitarios de comunicación/ educación formal/ no formal de adultos mayores, promoviendo el compartir creaciones discursivas entre las distintas edades.
- Tomar en cuenta a los sujetos adultos/as mayores como grupo sociocultural, en tanto audiencia receptora/ apropiadora de los contenidos de los medios de comunicación masivos y de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (NTIC).
- Difundir y dar herramientas para el ejercicio del derecho participativo en Comunicación popular-comunitaria.
- Introducir la mirada de la comunicación/cultura en los espacios de pertenencia y participación de las personas viejas (sociales, educativos, laborales, familiares, etc.) y no solo desde la experticia geriátrica y gerontológica, para comprender cómo «los significados y prácticas cotidianas adquieren distinto signo y combinatorias hacia dentro y hacia fuera del grupo e institución, construyendo sentidos de diferentes maneras» (Iacub R. y Arias C.: 2010).

Estos apuntes, en tanto apuesta nunca completa en pos de la construcción del paradigma de vejez activa y de un ejercicio legítimo de los derechos de los mayores, demandarán

un tiempo tal más o menos extenso a las organizaciones académicas, sociales, culturales y políticas<sup>1</sup> de hoy y los de mañana.

Parece de un exacerbado optimismo considerar que la institución vejez posee hoy el germen de un potencial político -en dirección a luchas de inclusión, derechos, participación y cambios intergeneracionales- como cualquier otro grupo o institución

No obstante, el potencial «estratégico» que la comunicación/cultura y la educación representan en las luchas por los sentidos de una matriz inclusiva en pos del empoderamiento de los mayores, tendrá que articularse con las diferentes disciplinas, los espacios barriales-comunitarios y políticas públicas nacionales, creando dispositivos para que todos los actores e instituciones protagonicen miradas y acciones impulsen, entre otras acciones, el empoderamiento en derechos de los viejos como una forma de enfrentar al vejeísmo.

Las formas de cómo se comunique/eduque y de cómo identificar/describir/repensar a los propios actores sociales, incidirá en la manera en que jóvenes, adultos y personas mayores participen y se apropien del debate y ejercicio de sus derechos en el espacio público. Esta es la invitación: trabajar juntos desde la mirada comunicacional en el campo interdisciplinar gerontológico de nuestra región Latinoamericana por un envejecimiento activo y una política de derechos en todas las edades.

Cuando se habla de político se lo utiliza en cuanto la habilitación de los sujetos sus grupos e instituciones a ejercer el poder para intervenir e incidir en las transformaciones de sus sociedades.

## Referencias bibliográficas .....

IACUB, Ricardo y ARIAS, Claudia (2010). «La posgerontología. El empoderamiento en la vejez». *Journal of Behavior, Health & Social Issues* 2 (2) pp. 25-32, 11-10, 4-11.

LUDI, María del Carmen (2011). «Envejecer en el actual contexto. Problemáticas y Desafíos». *Revista Cátedra Paralela* (N.º8).

SCHMUCLER, Héctor (1997) «Comunicación, cultura y desarrollo». En *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos

## Referencias electrónicas .....

Mata, María Cristina (1993). *Diagnosticar también es pensar la comunicación* [en línea]. Recuperado de <<https://goo.gl/Bw3sbx>>.

IACUB, Ricardo (2010). *Nuevas parejas en la vejez* [en línea]. Recuperado de <<http://www.ricardoiacub.com.ar>>.

Denis de Moraes (2013). «Por qué la Ley de Medios de Argentina es referencia fundamental para América Latina». *América Latina en Movimiento* [en línea]. Recuperado de <<http://goo.gl/Xac0Bw>>.

*Convención Interamericana por los derechos de las personas mayores* (2012) [en línea]. Recuperado de <<http://goo.gl/NwliiP>>.

## Notas .....

1 Cuando se habla de la política y/o lo político, se refiere a la habilitación de los sujetos sus grupos e instituciones a ejercer el poder para intervenir e incidir en las transformaciones de sus sociedades

