

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**Departamento de Estudios Socioculturales**  
**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**  
**Industrias creativas, audiovisuales y digitales**



**ITESO**  
Universidad Jesuita  
de Guadalajara

6B04: Alter Código

**“Campaña de sensibilización: Plan estratégico para una ciudad amigable con los  
adultos mayores” Dif Guadalajara - ITESO**

**PRESENTAN**

Programas educativos y Estudiantes  
Programa de industrias creativas y audiovisuales y digitales  
Lic. en Publicidad. Alejandro Barrios  
Lic. en Publicidad Claudia Selene Capin  
Lic. en Publicidad. Luis Carlos Toussaint  
Lic en Publicidad. Rodrigo Lezo  
Lic en Publicidad Marcela Vázquez  
Lic en Publicidad. Valeria Gavilanes  
Lic en Comunicación Marisela Mendoza  
Profesor PAP: Daniela Gloss y Susana Larios  
Tlaquepaque, Jalisco, enero de 2018

## ÍNDICE

<b>Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.</b>	<b>2</b>
<b>Resumen</b>	<b>2</b>
<b>1. Introducción.</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Objetivos</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Justificación</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Antecedentes</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Contexto</b>	<b>5</b>
<b>2. Desarrollo:</b>	<b>7</b>
<b>2.1. Sustento teórico.</b>	<b>8</b>
<b>2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.</b>	<b>10</b>
<b>3. Resultados del trabajo profesional.</b>	<b>17</b>
<b>4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.</b>	<b>18</b>
<b>5. Conclusiones.</b>	<b>26</b>
<b>6. Bibliografía.</b>	<b>29</b>

## **Resumen**

El siguiente reporte presenta el trabajo desarrollado por alumnos del PAP Alter Código en el semestre de primavera 2018, en el cual se desarrolló una campaña de sensibilización para dignificar la imagen de los adultos mayores. El objetivo de este proyecto es mostrar una imagen digna e íntegra de los adultos mayores para generar una visión distinta de cómo se vive la vejez. La campaña se enfocó en diseñar estrategias de sensibilización para el proyecto de ciudad amigable con los mayores por el Gobierno de Guadalajara, a través de la investigación etnográfica y análisis de la metodología horizontal. El reporte también muestra los resultados del diagnóstico de medios que sirvió para el diseño de la campaña de sensibilización, la estrategia de redes sociales y el desarrollo de canal de Youtube.

## **REPORTE PAP**

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

### **1. Introducción**

El siguiente reporte habla sobre las distintas estrategias que se llevaron a cabo para realizar la campaña sobre sensibilización hacia adultos mayores. Comenzamos describiendo los objetivos, los cuales fueron la base del proyecto, para posteriormente justificarlos conforme a estadísticas y reportes realizados por distintos autores.

Describimos los antecedentes del proyecto así como el contexto, con la finalidad de que se conozca la problemática con profundidad, y a través de esto se entiendan los objetivos propuestos inicialmente. Posteriormente, se describen los pasos seguidos al realizar la campaña y los resultados esperados de ésta.

## **1.1 Objetivos**

### **Objetivo general**

Colaborar con la construcción de una imagen digna e íntegra de los grupos sociales estructuralmente desfavorecidos a través de la construcción de un portal web con material audiovisual de libre acceso, creado en conjunto con organizaciones no gubernamentales que trabajan con dichos grupos. En este caso trabajamos con adultos mayores y los temas de vejez y envejecimiento.

### **Objetivos específicos de PAP posicionamiento durante este semestre**

1. Preparar la plataforma web del proyecto para su lanzamiento oficial.
2. Desarrollar la estrategia de la campaña para Ciudad Amigable con los adultos mayores a través de redes sociales.

## **1.2. Justificación**

En la actualidad el adulto mayor sufre de rechazo en la sociedad, pues en su mayoría llegan a una etapa de vida en la que necesitan apoyo de las demás personas para satisfacer sus necesidades básicas y no siempre reciben una respuesta positiva. Por eso a través de este proyecto, buscamos transformar la imagen que se tiene de los adultos mayores por una visión justa y digna en la que se involucre toda la sociedad.

En el siguiente apartado se explica la razón de la elaboración del proyecto, con datos que aluden a la problemática.

La sociedad necesita cambiar la idea que se tiene sobre los adultos mayores, transformar los estereotipos y eliminar la exclusión ya que son personas con virtudes y habilidades que pueden aportar por medio de su experiencia. “Debemos aspirar, como pueblo y como

personas, a envejecer bien, para lo cual resulta indispensable no sólo seguir agregando años a la vida, sino también vida a los años” (Tuiran, 1999). Ésta frase nos simplifica la forma en que tenemos que ver la vejez, modificar la forma en que vemos esta etapa de vida y adaptarla como algo positivo en nuestras vidas.

Se ignora al adulto mayor, sus necesidades y condiciones de vida y, en especial, el sistema de jubilación y de pensiones (Vázquez, Ramírez, 2008). Es por esto que hemos decidido participar en este gran proyecto, creando la mejor estrategia de posicionamiento, para lograr tener impacto en la sociedad y hacer de Guadalajara un mejor lugar.

En área Metropolitana de Guadalajara, así como en todo el país, las instituciones que atienden a las personas mayores no están preparadas para la inversión en la pirámide demográfica. Es un problema que debe ser resuelto en el ámbito social, económico y político, mejorando las infraestructuras sociales, al igual que implementando leyes para proteger a los adultos mayores y crear sistemas para el bienestar económico de este grupo social.

### **1.3 Antecedentes del proyecto**

Alter Código es un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) con tres años de antigüedad llevado a cabo por alumnos del ITESO, en el cuál se han realizado investigaciones etnográficas y estudios de campo con el fin de crear una campaña de sensibilización para dignificar la imagen de los adultos mayores. El objetivo del proyecto está segmentado en cuatro fases: investigación etnográfica, diseño e implementación de estrategia de registro audiovisual, diseño e implementación de estrategia de posicionamiento del proyecto y por último, la fase en la que nos encontramos: construcción del portal web y cierre del primer ciclo (Gloss, 2017).

Con este trabajo, se pretende realizar un diagnóstico a profundidad sobre el contexto y los distintos estilos de vida de los adultos mayores, con el fin de poder mostrar su realidad, ya que a esta edad se pueden llegar a presentar tanto casos de abandono, enfermedades, pérdida gradual de facultades mentales, habilidades de psicomotricidad, como formas activas de vivir el envejecimiento. La razón de ser de este trabajo no es eliminar los prejuicios y estereotipos que se tienen sobre los adultos mayores, sino,

transformarlos para así, contribuir con la sociedad mediante la construcción de una imagen digna de los adultos mayores.

#### **1.4. Contexto**

La inversión de la pirámide poblacional creará nuevos retos. En los próximos años tanto la economía como la sociedad darán un giro muy drástico debido al incremento de las personas mayores, lo que tendrá grandes consecuencias para el país. Según Tuirán (1999), en 1999, una de cada tres personas tenía menos de 15 años de edad, mientras que 1 de cada 20 personas contaban con 65 años o más. Siguiendo al autor se prevé que las estadísticas cambien radicalmente en el año 2050 ya que se estima que 1 de cada 7 personas estén en edades preescolares y que 1 de cada 4 personas representarán la población de adultos mayores en el país (p. 15).

En este apartado se realiza un acercamiento al envejecimiento, a través de los datos estadísticos nos introduciremos en cómo el envejecimiento tendrá cambios relevantes para la sociedad y también en la forma en la que la sociedad percibe a los adultos mayores. Se habla del espacio y lugar, las múltiples maneras de vivir el envejecimiento y la importancia de la pirámide poblacional.

Actualmente en México contamos con más de 10 millones de personas en la etapa de vejez (INAPAM, 2016). Los cuales llegan a vivir un promedio de 20 años a partir de los 60 años: “en mujeres de 22.9 años y en hombres de 20.9 años a partir de sus 60 años” (INAPAM, 2016). Con esto podemos darnos cuenta de la esperanza de vida de un adulto mayor y del número de adultos mayores registrados en México, lo cual es muy importante de tomar en cuenta para poder realizar de manera efectiva el proyecto en cuestión.

En México, la población distribuida por edades va cambiando notablemente, gracias al decremento de la fecundidad, es por esto que la sociedad se enfrenta al reto de adecuar la vida diaria a una población más grande. “Cada sociedad y cada cultura tiene su propio modelo de vejez y juzga a los adultos mayores de acuerdo con él” (Tuirán, 1999, p. 19)

Otro dato importante a tomar en cuenta para obtener una visión de lo que ha pasado a lo largo de los años en México respecto a los aspectos demográficos del envejecimiento y la atención que recibe este sector de la población, lo cual se sintetiza a continuación:

Los adultos mayores de 70 años en localidades de menos de 30,000 habitantes constituyen un grupo vulnerable susceptible de recibir atención por parte del Gobierno Federal y, particularmente, de la Secretaría de Desarrollo Social. No obstante, es necesaria una estrategia interinstitucional que vincule a las diferentes dependencias del Gobierno Federal y de otros órdenes de gobierno, a la sociedad civil y a distintas organizaciones no gubernamentales, para realizar un trabajo de inclusión social y mejorar las condiciones de vida de este grupo poblacional (SEDESOL, 2010).

Este proyecto, está enfocado principalmente al Área Metropolitana de Guadalajara, zona en la que hay una amplia variedad de programas que buscan ayudar al adulto mayor, sin embargo, existe una gran diferencia entre el objetivo de éstos y lo que está haciendo. De acuerdo con Carrillo hay cuatro características de los programas de ayuda, que se dividen en: transferencia económica, alimentación, salud y crecimiento (Carrillo, 2014, p.56). En la Zona Metropolitana de Guadalajara se cuenta con un porcentaje de 39.6% de población de adultos mayores, población que en su mayoría es dependiente y no cuentan con las mismas capacidades que una persona joven.

El envejecimiento mayormente se ve afectado por la pobreza, enfermedad, discapacidad y aislamiento social, desventajas de las cuales es difícil desprenderse, ya que en muchos casos no se cuenta con el apoyo de familiares y de gobierno, todo esto ha provocado la creación de estereotipos sobre el envejecimiento, los cuales han sido fomentados por el uso de imágenes o videos que han sido utilizados en televisión, publicidad y todo tipo de entretenimiento. Las imágenes son capaces de significación que la sociedad ha marcado según su perspectiva y esto causa un rechazo o exclusión para los adultos mayores “Las imágenes, al igual que el lenguaje, son soportes que construyen significaciones del mundo social” (Barthes, 1972 en Navarro, 2012).

El olvido es uno de los principales factores por los que pasan los adultos mayores, su vida diaria se vuelve indiferente para las familias y para la sociedad dentro se argumenta la falta de capacidad de los adultos mayores y se les presenta como un estorbo, tal vez no todos las familias son iguales y existen lazos más fuertes pero comúnmente este es uno de los desafortunados panoramas:

*Hay hijos que son buenos y otros que no son agradecidos, cuántos hijos yo he visto que no ayudan a sus padres, hasta en las noticias se ve que hay viejitos que piden*

*ayuda y que les preguntan: ¿Cuántos hijos tiene?, Tantos, pero pues se fueron, no me dan, no vienen. Y siempre se ve mucho descuido en esas cuestiones. Y no debería de ser porque si uno valorara todo lo que sus padres hicieron, sería muy bueno que estuviéramos al pendiente, entonces si hace falta. (Leticia citada en Villarreal, 2014, p. 127).*

Lo mencionado anteriormente supone un problema, el cual a través de la concientización y sensibilización impulsará profundos cambios en nuestra manera de ser y de pensar, las personas tendrán que adaptarse a los nuevos ritmos de la vida social, a las cambiantes percepciones del curso de vida, a las nuevas normas y expectativas sociales relacionadas con la edad, a fenómenos sociales emergentes como la proliferación de familias multigeneracionales y el surgimiento de nuevos arreglos residenciales y domésticos. Todos estos ajustes tendrán profundas ramificaciones y múltiples consecuencias para las relaciones sociales y familiares y para las relaciones de género e intergeneracionales (Tuirán, 1999, p. 15). De igual forma se debe de poner atención ante el cuidado de las enfermedades y discapacidades en situación de dependencia para los adultos mayores.

## **2. Desarrollo**

En el siguiente apartado se hablará sobre el Sustento Teórico. La situación del adulto mayor dentro de la sociedad y como se ha llegado a estereotipar la vejez. Después se encuentran la planeación y seguimiento del proyecto. La explicación del Diagnóstico y la estrategia de Redes y de cómo esta ayuda a la campaña de sensibilización a tener mayor impacto.

### **2.1. Sustento teórico**

El mundo va cambiando a lo largo de los años y se va desarrollando conforme las necesidades de la sociedad. En lo que se refiere al envejecimiento, éstas condiciones, se deben establecer en los planes del desarrollo económico y social, ya que éste sector de la población es vulnerable debido a que se enfrentan a dificultades físicas y mentales conforme la edad avanza: *“El objetivo obvio y natural es entonces minimizar los riesgos característicos de la vejez, aminorar sus consecuencias y acrecentar las posibilidades*

*para una vejez en el máximo de bienestar, no sólo para la persona envejeciente, sino para todo el entorno familiar, social y económico que lo rodea". (Ham, 1999, p. 45).*

Los adultos mayores necesitan tener voz de manera activa, participando y empoderando un nuevo rol en la sociedad. Debido a que un adulto mayor requiere generar vínculos importantes con personas de su edad y de otras edades y ser parte de la sociedad, para poder "sentirse vivos". De igual manera se debe tomar en cuenta la relación entre la realidad y sus representaciones la cual dependen de distintos enfoques, sin duda se debe en parte al alto grado de desarrollo alcanzado por las técnicas de moderación de la realidad, estos hechos radican desde la existencia del hombre influye múltiples contribuciones provenientes de diversas disciplinas; desde la filosofía y teorías del conocimiento de la comunicación, del Arte hasta la cultura material (*Fuentes y Navarro, 2012*). *"El proceso de comunicación entre el sujeto filmado, el antropólogo y la audiencia, sobre la representación y sobre la imagen"* (*Ardevol, 1998*) esto puede llevar a reflexionar sobre la metodología de la producción que se realizan con los adultos mayores.

Para John Collier, la cámara es un instrumento de observación y recuento descriptivo, permite medir, contabilizar, comparar, realizar un inventario detallado (*Ardevol, 1998*) es una forma de recordar la información para el etnógrafo y resulta ser muy efectiva ya que de esta forma puede ser estudiada a fondo y no perder ni los mínimos detalles. Para el etnógrafo es muy útil tener estos análisis culturales sobre los medios cinematográficos ya que proporcionan nuevos modos de poder relacionar datos, análisis teóricos, prácticas de campo y procesos de comunicación, ya que la imagen puede ser mucho más útil que el solo analizar en vida real, ya que la imagen te da la oportunidad de hacer un análisis fijo y cuidadoso ante cada pequeño detalle.

*"Los medios de comunicación reflejan lo que somos como sociedad, a veces como esos espejos deformantes de los circos, a veces como esos espejos veraces a los que nos asomamos al comenzar el día."*(*Restrepo; 2009*) Con esto Restrepo nos quiere decir que la sociedad le ha dado una imagen a las personas mayores, que afecta directamente la relación de estas con los demás, tenemos que considerar que la percepción social que se tiene que ser reconstruida. Para esto se tiene que cambiar el concepto que se tiene de la vejez. La vejez ha sido estereotipada con prejuicios crudos y creencias, que el hecho de envejecer en vez de ser visto como parte de la naturaleza se ha considerado que son víctimas de una publicidad errónea.

Para la realización de una campaña social publicitaria que dignifique la imagen actual que se tiene de los adultos mayores es necesario tomar en cuenta aspectos sociales, demográficos y éticos, en este proceso, se toman en cuenta factores relevantes para que nuestra investigación tenga éxito. Fuentes y Navarro hablan de cómo la comunicación ha llegado a manipular por completo los estereotipos y estos se refuerzan cada vez más y se hacen bastante fuertes en la sociedad. *“En una sociedad donde el poder político tiende a actuar en base a las demandas sociales, la imagen social que se tenga de la tercera edad tiene una importancia capital. En este sentido los medios de comunicación tienen un papel muy influyente en la formación de opinión –no sin razón se les ha denominado el cuarto poder–, y cada día comprobamos como en las democracias actuales tienen un gran protagonismo.”* (Fuentes y Navarro, 2009, pág. 3).

Para la realización de cada campaña social se debe ser muy muy objetivo ante la imagen de los adultos mayores, se debe de tomar en cuenta su historial, su forma de pensar, la forma y el lugar en donde fueron criados, ya que son factores que influyen al momento de analizarlos.

El adulto mayor no finge un papel en sociedad solamente vive un presente falto de atención y de recursos y vive sus condiciones de acuerdo se le vayan presentando las oportunidades y capacidades, muchas veces sin un interés de vida, porque el futuro ya no es algo que le interese, es por eso que el adulto mayor es una gran fuente de sabiduría y experiencias la cual no aprovechamos, la mayoría de las veces no se aprovecha la sabiduría de los adultos mayores, esto es un gran error por qué estamos desaprovechando información muy valiosa que nos puede ayudar a alcanzar metas y objetivos en nuestro día a día sin necesidad de vivir malas experiencias por aprender de las experiencias de los adultos mayores.

## **2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.**

*La información de este apartado forma parte del BRIEF que se realizó.*

El proyecto consta en desarrollar un Diagnóstico de Comunicación de donde pudimos sacar varias muestras de productos y así analizar detalladamente que tipo de productos debemos de utilizar y cuales evitar. Utilizando el conocimiento recibido del Diagnóstico se realizó una campaña de sensibilización donde se busca crear una vida digna hacia los adultos mayores. Debido a que se busca que la campaña tenga la mayor alcance y

exposición posible, se creó una Estrategia de Redes para que Alter Código. De esa manera la campaña puede llegar a tener un mayor impacto.

Con el diagnóstico se llegó a una reflexión de cada muestra la cual nos dio conclusiones sobre cada tipo de producto que nos ayudó a generar una conclusión general, para así poder llegar al Brief.

Se realizó un diagnóstico a profundidad sobre el contexto y los distintos estilos de vida de los adultos mayores, con el fin de poder mostrar su realidad y entorno, ya que se pueden llegar a presentar tanto casos de abandono, como enfermedades y la pérdida gradual de facultades mentales y habilidades de psicomotricidad.

El objetivo de la campaña es sensibilizar a los adultos jóvenes de 25 a 35 años de edad sobre el trato digno a hacia los adultos mayores.

**Nuestros objetivos específicos fueron:**

1. Demostrar que el llegar a la etapa del adulto mayor es inevitable y que no se tiene que ver como algo negativo, sino como un proceso biológico de crecimiento.
2. Transformar de manera positiva los estereotipos que se tienen sobre los adultos mayores.
3. Fomentar que la sociedad brinde un espacio digno al adulto mayor.

El concepto rector de la campaña que se manejó fue la diversidad en las formas de envejecer con esto queremos dar a entender que existen distintas formas de vivir el envejecimiento, cada una tiene particularidades distintas; éstas pueden estar relacionadas, por un lado con la vulnerabilidad, el rechazo o a la exclusión, y por el otro con las capacidades de cada uno de los adultos mayores.

Hacer unión de las dos partes sin victimizar ni glorificar a los adultos mayores y de esta forma dar a conocer las distintas formas de envejecer sensibilizando a los jóvenes según su situación y su entorno.

Al usar este concepto las bajadas creativas tienen mucho potencial, ya que se pueden utilizar para transmitir el mensaje de los valores, emociones, sentimientos y respeto hacia

los adultos mayores. El concepto pretende hablar de las diferentes formas de vivir el envejecimiento, mostrando los valores, el respeto y las emociones que transmite esta etapa de la vida.

La metodología empleada en el proyecto ha sido extraída de diferentes fuentes de investigación extraídas de CONAPO, SEDESOL, INAPAM, etc. que nos han servido para obtener un contexto sobre el adulto mayor en la actualidad, también se ha obtenido gran parte de la metodología en investigación de campo y experiencias propias de cada uno de los miembros lo que nos ayuda a poder apreciar por nosotros mismos el entorno del adulto mayor, por otra parte también hemos realizado nuestra investigación en el consumo de redes sociales para establecer nuestro público meta, para crear una campaña con mayor eficacia.

Una vez que obtuvimos la metodología suficiente el siguiente paso fue plantearlo todo en un brief, basarnos en las investigaciones y establecer nuestros objetivos, público meta y nuestra estrategia al igual que tuvimos que crear un diagnóstico de comunicación para poder decidir qué tipo de publicaciones nos sirven, sin que faltar al respeto, denigrar o glorificar al adulto mayor, basándonos en toda la metodología previa para poder obtener los filtros acordes a nuestro objetivo principal, todo esto lo hemos logrado Gracias a las investigaciones que se nos otorgó en un comienzo, también de nuestras propias investigaciones que hemos realizado a través de internet y de la observación de campo que fueron facilitadas por Daniela Gloss, que nos ayudó con el transporte y con la accesibilidad al Asilo López Chávez.

A continuación se mostrará el cronograma con el cual nos basamos para la elaboración del proyecto, también se muestra el encargado de cada actividad y los recursos que se utilizaron.

<b>Etapas</b>	<b>Fechas</b>	<b>Recursos</b>	<b>Organización</b>
<b>Capacitación</b>	24 de Enero - 2 de Febrero.	Material: Lecturas, hardwares con acceso a internet,	Selene , Rodrigo

		Transporte a Asilo.	
<b>Diagnóstico</b>	7 de Febrero - 23 de Febrero	Material: hardwares con acceso a internet, plataforma de google Drive,  Humano: asesoría personalizada, Intelecto.	Marisela, Valeria
<b>Desarrollo de campaña</b>	28 de Febrero - 6 de Abril	material: plataforma de Google Drive  Humanos: asesoría personalizada, intelecto, creatividad, trabajo en equipo.	Alejandro, Luis Carlos
<b>Trabajo de Redes</b>	11 de Abril - 4 de Mayo	material: hardwares con acceso a internet, material de publicaciones, plataforma de Redes sociales.	Marcela, Selene

Gracias al cronograma se logró llevar un orden eficiente para las actividades que ya finalizadas nos dieron como resultado un brief más específico y un diagnóstico para facilitar los filtros de selección de contenidos, a continuación se explicará el Brief y el diagnóstico de comunicación.

En el Brief después de realizar un estudio de mercado e investigaciones respecto al tema pudimos establecer un público meta específico que se basa en personas de 25 a 35 años de edad, de ambos sexos, estudiantes y trabajadores dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara, personas que les interesa el bienestar de la comunidad, que luchan ante la discriminación y exclusión de los individuos. Utilizan redes sociales diariamente principalmente Facebook, Instagram y Twitter, por lo regular en teléfono móvil y

computadora, que logren interactuar, debatir y compartir de forma respetuosa sus puntos de vista.

Con ayuda de los datos obtenidos de nuestras investigaciones y la elaboración de nuestro público meta se tomaron las siguientes consideraciones:

1. Comunicar de forma clara, manteniendo un respeto. Saber expresar las opiniones personales sin dañar al individuo, grupo social o grupo vulnerable.
2. Según la *“Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información 2016” aplicada por INEGI, en México En México 3 de cada 4 personas cuentan con algún tipo de dispositivo inteligente o “smartphone”*
3. Tomar en cuenta los aspectos demográficos, sociales y culturales.
4. Resaltar las características diferenciadoras, junto con las particularidades de cada individuo, su contexto, maneras de pensar y actuar.
5. Mostrar un escenario realista ante la vida cotidiana de los adultos mayores, sin alterar la realidad y de esta manera se logrará obtener credibilidad por parte del público.

Con dichas consideraciones y el público meta se logró elaborar una serie de estrategias para la campaña:

1. **Etapa 1: Awareness** | Tono de comunicación: informativo | Introducción a la campaña, informar sobre la situación actual de adultos mayores dentro de la sociedad, replanteamiento de estereotipos, aprovechando el público cautivo (followers de la cuenta del DIF GUADALAJARA).
2. **Etapa 2: Posicionamiento** | Tono de comunicación: intercalar informativo y emocional | Aumentar el rango de difusión, acrecentar la comunidad y las interacciones en las publicaciones con los productos de sensibilización
3. **Etapa 3: Engagement** | Tono de comunicación: emocional | Sensibilizar al target, Conectar con el lado emocional y sentimental de nuestro público meta. / Lograr que los usuarios interactúen y compartan las publicaciones

4. **Etapa 4: Mantenimiento** / Tono de comunicación: intercalar informativo y emocional: Un conjunto de los tres anteriores para reforzar el mensaje. Recapitular la campaña para que esta se convierta en un círculo y después de esta etapa se pueda volver a empezar con la etapa de Awareness.

Estos son los Detalles de contenidos (desarrollo de contenidos, en términos técnicos y conceptuales detallados, de acuerdo al concepto rector de la campaña)

#### **Contenidos digitales en redes sociales:**

- Infográficos
  - imagen
  - gif
- Videos de vida
- Postales relacionadas con videos
- Tips para hacer una ciudad más amigable
- Imágenes emocionales
- Carteles

#### **Audiovisuales:**

Elaboración de una canal de productos audiovisuales en la plataforma YOUTUBE donde se se presentara contenido en ayuda a la dignificación de la imagen de los adultos mayores al mismo tiempo la concientización de los jóvenes adultos.

Todo el contenido y las estrategias se planean mostrar en las siguientes plataformas:

1. Redes sociales del gobierno de Guadalajara (Twitter, Facebook e Instagram)
2. Redes sociales de presidente municipal (Twitter, Facebook e Instagram)
3. Redes sociales DIF Guadalajara (Twitter, Facebook e Instagram, Pagina web)
4. Redes sociales de Alter Código (Facebook, Youtube y Página web)
5. Alianzas estratégicas: Crear alianzas estratégicas con diferentes personas de manera no lucrativo refleja gran empatía. Existen diferentes motivaciones para llevar a las personas (publirrelacionistas Locales, Bloggers y Bloggers, artistas de moda, empresarios, chefs, modelos, etc...) hacia la integración de actividades

comunes y operaciones, para hacer que interactúen con las comunidades y las causas sociales puede causar directamente de manera positiva a su identidad, por ende, a su éxito comercial

Facebook: En este medio se publicaran videos realizados para la campaña, ya que es una manera fácil de atraer al público con pequeños videos.

Youtube: En el canal se subirán los videos publicados en facebook, ya que en éste último se pondrá la liga al video de youtube para ver más.

Instagram: Publicaremos retratos de los adultos mayores, ésta será la ficha biográfica de los protagonistas de los videos, con el link al video de youtube para conocer un poco más de su historia.

Esto fue todo lo que se elaboró en el Brief, por otra parte en la elaboración del diagnóstico de comunicación se observaron distintas opiniones y criterios sobre la representación de la vejez en los medios de comunicación. Se realizó un análisis de 30 productos comunicativos en distintos medios y plataformas, dentro de los cuáles se consideran productos en distintos formatos: imágenes, infografías, videos y publicaciones de Facebook, con el fin de obtener un análisis mucho más enriquecedor para la creación de nuestra campaña.

Los productos fueron evaluados a través de 21 criterios que consideran aspectos de forma y fondo, dichos criterios engloban aspectos como las tonalidades de los productos con la finalidad de analizar lo que transmite cada uno, además aspectos cualitativos como la forma en la que se representa al adulto mayor, los estereotipos, entre otros.

El objetivo general fue Identificar, analizar y clasificar productos audiovisuales y gráficos en plataformas de internet y espacios físicos que tengan impacto en el público meta.

Los objetivos particulares se basaron en:

- a) Identificar la imagen proyectada de los adultos en redes sociales, plataformas de internet, espacios físicos y medios digitales

- b) Identificar estilos de campañas positivas y negativas en publicidad dirigida hacia adultos mayores
- c) Identificar tipo de discurso y/o propósito
- d) Comparar y analizar coherencia entre campañas

Para la realización de este diagnóstico, se hizo una pre-selección del tipo de contenido a analizar, en dicha selección, se incluyeron productos publicitarios visuales como imágenes, videos, spots e infografías. Posteriormente se elaboró un documento en Excel en el que de manera estructurada, se capturó información específica sobre cada producto de comunicación para que pudiesen ser evaluados. La información obtenida, fue trasladada a un documento de Word donde de manera organizada se habla de cada uno de los productos publicitarios tomando en cuenta cada uno de los criterios seleccionados.

Se eligieron seis imágenes publicitarias, nueve spots publicitarios, tres publicaciones de facebook, cuatro infografías y ocho productos de publicidad exterior.

Como parte de éstas muestras, se encuentran productos que hablan de manera tanto positiva, es decir, que presentan al adulto mayor de manera digna y realista, como negativa, las cuales victimizan o glorifican; de los adultos mayores. Los productos fueron realizados por diferentes instituciones con o sin fines de lucro; como gobiernos, empresas privadas, asociaciones civiles, páginas de facebook, marcas, etc. La selección de la muestra se hizo con el fin de poder tener un amplio entendimiento de la trasmisión de información, según el entendimiento de dichas organizaciones o empresas.

### 3. Resultados del trabajo profesional

Productos	Que se realizó	Qué resultados se obtuvieron	Qué impacto generó
<b>Diagnóstico</b>	Se crearon una serie de características y cualidades con las que tienen que cumplir el	Nos dio como resultado una serie de filtros por los que tiene que pasar cualquier producto de comunicación. Al igual que nos sirvió para establecer los	pudimos establecer parámetros Gracias a una investigación previa sobre los problemas de la sociedad. los filtros que se generaron, podrán ser

	material de comunicación.	parámetros con los que tiene que cumplir los materiales de comunicación en el PAP.	usados en un futuro ya que fueron planeados y elaborados para su uso constante.
<b>Brief</b>	Se diseñó un objetivo, un público meta, la estrategia de campaña, se seleccionó el tipo de productos de comunicación para la campaña.	Obtuvimos una estrategia de campaña bien elaborada que nos permitió cumplir con los objetivos deseados. Cuya estrategia se podrá implementar en diferentes etapas del PAP, ya que se adaptó para usarla repetidas veces.	Logramos obtener las bases suficientes para realizar la estrategia de publicaciones. Conseguimos la estrategia de campaña más eficiente que consideramos según la investigación del Brief.
<b>Manual de Redes</b>	Se elaboró un manual con las estructuras y las características que se deben de llevar en cada publicación de cada red social.	Un mismo formato que seguir para cada red social, una imagen de proyecto limpia y ordenada. El manual fue elaborado para su uso continuo ya que se puede captar a diferentes etapas del PAP o diferentes campañas.	Se consiguieron las bases del manejo eficaz de las redes sociales. Se obtuvo un manual de redes sociales muy concreto y específico para el PAP.

#### **4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.**

##### **Aprendizajes**

**Luis Carlos Toussaint**

Durante el PAP llegué a descubrir y desarrollar diferentes habilidades que estoy seguro y me servirán en el ámbito profesional. Al ser parte de un equipo grande, uno tiene que saber tener paciencia y tolerancia con las personas con las que trabaja. No todos piensan ni actúan como uno lo hace. Por lo mismo es muy importante el saber trabajar en equipo, y eso fue una de las cosas que logré aprender y desarrollar con Alter Código. Uno tiene que darse cuenta que no puede hacer las cosas solo, y que uno tiene que confiar en que sus compañeros también harán lo que les toca para que el proyecto sea se logre. Debido a que todos somos de carreras de comunicación, todos tenemos ese creativo dentro de nosotros que busca que su idea se la que se elija. por lo mismo muchas veces nos encontrábamos con disputas sobre qué cosas eran mejores o cuales las que servirán de mejor manera. Por esto mismo creo que fue elemental el llegar a tener buena comunicación y mucha paciencia dentro del equipo para poder crear un ambiente laboral óptimo en donde todos nos sintamos lo suficientemente cómodos para que ninguna idea no se diga por el hecho de que diran los demas.

Durante el trayecto del PAP logré desarrollar mis habilidades creativas para poder entregar una solución al problema que se nos presentaba. Creo que de forma creativa e innovadora es la mejor forma en la que se puede explicar un problema que ya está a la vuelta de la esquina, como lo es el que se invierta la pirámide poblacional, para llegar a sensibilizar a la población mexicana.

Creo que el proyecto logrará a ayudar a los adultos mayores, para que ellos lleguen a tener una vida digna. Cuando uno no está bien informado sobre algún problema las personas no le llegan a tomar importancia. Sin embargo después de ver como a uno le puede llegar a afectar ciertos problemas, es cuando uno hace lo posible para que este no le afecte tanto. Por lo mismo creo que este proyecto ayudará tanto a jóvenes como a adultos a que tomen precauciones para que cuando lleguen a la etapa de adulto mayor estos pueden tener una vida digna, y así al mismo tiempo, que se lleguen a involucrar con los adultos mayores que hoy en día estan en sus vidas. Las visitas al asilo nos ayudaron para que nosotros como jóvenes nos sensibilicemos y nos demos cuenta del problema en el que estamos, motivarnos e involucrarnos más en el tema para así poder hacerlo nuestro y así trabajar aún más duro para mejorarlo. Los saberes y las habilidades que mis compañeros y yo utilizamos para la creación de la campaña de sensibilización del adulto mayor si se pueden utilizar para crear totalmente nuevas campañas y ya con un poco de experiencia hasta pueden salir mejor.

Hubo varias decisiones en las que me vi involucrado durante el PAP, varias de ellas en las que decidí varias de las actividades que llevaría nuestra campaña afuera de las redes sociales, también que junto con mi compañera Selene, seríamos los dos que presentamos la campaña frente al DIF para la aprobación de la misma.

El PAP me dio la oportunidad de ponerme a prueba. Es fácil crear una campaña creativa cuando el cliente o el tema es algo fácil con lo que puedes hacer diferentes cosas. Lo difícil es crear una campaña que llegue a impactar de la misma manera aunque el tema no sea el más entretenido o el que todos les guste escuchar. Aprendí mucho del PAP gracias a mis compañeros y a las dos asesoras que nos estuvieron acompañando. Creo que el resultado no hubiera sido el mismo si no hubiéramos llegado a tener tan buena comunicación y ganas de hacer un cambio.

### **Rodrigo Lezo Castillo**

Para mí el proyecto PAP fue un etapa nueva persona llena de retos en la que tenía que involucrarse profesionalmente para cumplir el objetivo de un proyecto, en este proyecto tendría que involucrar mis conocimientos en combinación de mis habilidades ,no fue nada fácil ,sin embargo era necesario, tomarlo con responsabilidad pues ya no era una clase en la que obtener una calificación alta era lo primordial si no que ahora lo que nosotros hiciéramos tendría una reacción positiva o negativa en el rumbo del proyecto, el trabajar en equipo no es una de mis fortalezas pero siento que hubo una buena comunicación de equipo en la que todos sincronizamos y elaboramos nuestras tareas designadas de manera favorable erradicando la tensión que al principio teníamos pues no todos somos de la misma carrera y no nos conocíamos, pero esto no fue una dificultad ya que el cada uno aportar su creatividad dio pie a muchas buenas ideas que son las que conforman esta campaña con la que estamos muy satisfechos y sabemos que marchara por un muy buen camino y que estaremos muy contentos de que esta lo haga .

Respecto a mi desempeño laboral, este fue algo deficiente al principio pues por diferentes situaciones en las que dificultan tomar un ritmo positivo en la escuela y el trabajo, sin embargo logré arreglar todos aquellos impedimentos y poder colaborar de manera eficiente en el proyecto, parte de los retos en los que más trabajé fue la paciencia pues no es una de mis aptitudes más fuerte pero gustaba los resultados que pudiera tener nuestro trabajo en este gran proyecto además de que me entusiasmaba totalmente el poder

transformar todos los estereotipos que existe acerca de los adultos mayores y poder dignificar una imagen más propia, tal vez esto no cambie de un día para otro pero me quedo con una gran satisfacción de que pusimos nuestro granito de arena y que este tendrá un resultado significativo para nuestra sociedad.

### **Alejandro Barrios López**

En el transcurso del proyecto logre desarrollar varias habilidades, como la tolerancia, en el sentido que al trabajar en equipo, uno se da cuenta que siempre hay opiniones diferentes y personas que se contraponen a las ideas de uno, para estos casos uno tiene que generar habilidades, de comprensión, tolerancia y sobretodo mantener la calma e intentar negociar para llegar a un acuerdo donde todos queden satisfechos o aceptar cuando otro compañero tiene una mejor idea y aplicar su idea, se podría decir que es importante generar empatía y humildad con los compañeros del equipo para poder trabajar de una manera eficaz, eficiente y amena, también es muy importante detectar y nombrar al líder del equipo ya que sin un líder, puede llegar a ver errores de comunicación, o malentendidos, en el caso de este equipo varios de los miembros tenían actitudes de líderes y en ocasiones tomaban el liderazgo, algo que aprendí y que nos sirvió mucho, fue que al no nombrar un líder fijo, teníamos muchos líderes lo cual sin darnos cuenta íbamos cediendo el mando del liderazgo dependiendo la actividad, lo cual nos favoreció enormemente, porque de lo contrario hubiéramos tenido muchas disputas. Honestamente el trabajo que realizamos se prestaba para muchas disputas ya que todo el equipo estaba conformado por estudiantes de publicidad, haciendo que cada uno aprovechará sus habilidades aprendidas en la licenciatura para implementarlas en el proyecto, el cual tenía que ver completamente con nuestra licenciatura, haciendo que cada miembro expresara todos su conocimientos e intentará implementar sus ideas en el proyecto, ocasionando controversia con otros miembros, pero afortunadamente lo pudimos manejar de una manera muy amena y benéfica para el proyecto.

Respecto al trabajo que realizamos sobre posicionar una campaña a favor de la inclusión de los adultos mayores, me hizo sentir muy satisfecho, ya que se que mi trabajo está ayudando a un grupo marginado por la sociedad y podría generar un cambio positivo, me ayudó a darme cuenta que mis habilidades de publicista pueden servir para cambiar problemas sociales, al igual que logre darme cuenta de que en la actualidad hay muchos grupos vulnerables que nadie interceda por ellos, esto es algo grave, todos somos seres

humanos y merecemos una vida digna y si la sociedad se las está arrebatando, alguien tiene que hacer el esfuerzo y ser la voz de esos grupos y regresarles la dignidad en la sociedad. Algo muy difícil para mí pero sin embargo fundamental de este proyecto, fueron las visitas al Asilo, ya que el hecho de conocer la realidad tal cual, me ayudó a sensibilizar y darme cuenta de la importancia del proyecto y emocionarme por los cambios que podría ocasionar, pero sin embargo era difícil observar las condiciones de los adultos mayores, me daba cuenta que algunos habían sido abandonados, otros habían sido rechazados por la sociedad, las condiciones en las que vivían no eran las más óptimas, pero lo más doloroso, era ver cómo algunos empeoraron en su condición y unos otros dejaban de estar en el asilo, por cuestiones que nunca me pude explicar, la combinación de todo esto fue por lo cual se me hizo algo difícil de vivir, eran muchos sentimientos de tristes pero a la vez fueron necesarios para poder entregarme completamente al proyecto.

Me siento muy agradecido por haber formado parte de este proyecto que puede generar grandes cambios en la sociedad, me hace sentir satisfecho por mi trabajo, ya que pude desarrollar habilidades para el trabajo en equipo y para la integración de grupos vulnerables, al igual que pude perfeccionar mis habilidades ya adquiridas por mi licenciatura, siento que en este proyecto aporte lo necesario al igual que mis compañeros, pero si hubiéramos tenido más tiempo creo que hubiera podido aportar muchas más cosas. Una de las grandes cosas que aprendí, es lo importante de tener una asesora capacitada, ya que gracias a ella pudimos coordinarnos en equipo de una manera eficiente, también fue vital para la toma de decisiones respecto al proyecto y de cierta forma fue una guía para realizar un excelente trabajo, el cual espero cumpla su cometido.

### **Marisela Mendoza Zaragoza**

A lo largo del proyecto, desarrollé distintas habilidades, ya que creo que fue un trabajo interdisciplinario. Aprendí de primera instancia a sensibilizarse un poco más en el tema de los adultos mayores por medio de lecturas, las cuales consideré interesante ya que pude abrir el panorama que tenía. Las lecturas hablan sobre distintos temas, principalmente de las distintas formas de envejecer y sobre la pirámide poblacional, la cual es un gran problema ya que cada vez hay más adultos mayores y menos jóvenes, y debemos estar preparados para llegar a esta etapa.

Creo que a lo largo del semestre pude aplicar los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera, pero además de reforzarlos aprendí más cosas, especialmente sobre la

estrategia en redes, ya que a pesar de que había practicado en algunas clases, nunca lo había hecho de manera profesional como en este proyecto. Creo que a partir de esto, tengo más conocimientos a la hora de tener un trabajo profesional y poder llevar a cabo una campaña y estrategia.

El trabajo en equipo fue creativo y creo que es una manera estratégica de cambiar el contexto social, ya que las personas que vean el contenido creado por el equipo de producción podrán tener una visión diferente de los adultos mayores, y tal vez de esa manera puedan cambiar sus hábitos personales en relación a tener una mejor vejez cuando lleguen a ella ya sea física o económicamente. Además de saber que todos vivimos una situación distinta y no se necesita tener mucho dinero para tener una vejez digna.

La campaña fue elaborada y planteada pero aún no ha sido publicada, por lo tanto no hubo reacciones ni estadísticas de las personas que van a ver las publicaciones. Considero que cuando empiece la campaña, tendrá una buena reacción ante el público meta, y me alegra haber colaborado en algo que tendrá tanto provecho para los adultos mayores.

Mis saberes aplicados pueden ser transferibles a otras situaciones, ya que tengo las bases necesarias de cómo elaborar una estrategia de comunicación, aunque cambie el enfoque dependiendo del tema que se quiera abarcar. En lo que se refiere al tema del proyecto, se le puede dar seguimiento por medio de mediciones a la audiencia, para que se conserve, y después quizás hacer correcciones en el calendario por ejemplo, si no funcionaran los días en los que se publica se podrían cambiar o reducir o aumentar; y así cualquier aspecto de la campaña si llegara a suceder que algo no funcione como lo planeado.

Como lo mencioné al principio, mi visión del mundo ha cambiado hablando específicamente de los adultos mayores, ya que inconscientemente tenía algunos estereotipos de que no trabajan, su cuerpo no tiene buena salud, etc., y pude darme cuenta que cada quien vive esta etapa de distinta manera, con buena o mala salud, con buena o mala actitud, con buena o mala relación familiar, etc., y cada quien sale delante de la manera que puede.

### **Valeria Gavilanes de Alba**

Desde que inició el semestre ha sido un trabajo constante, desde introducción al tema, investigación, dinámicas de acercamiento con el adulto mayor, elaboración y planeación

de propuestas novedosas pero sobre todo fue importante el completo involucramiento al tema para poder entender en qué plano se encuentran los adultos mayores y que se puede hacer para mejorar su calidad de vida.

El poder ver el tema tan cercano me ayudó mucho a considerar infinitas posibilidades en la que conocidos, familiares o yo mismo me puedo encontrar en un futuro, y es que todos creemos o al menos soñamos que cuando nos encontremos en una edad avanzada estaremos disfrutando de una pensión, jubilación o ahorros con los que podamos vivir plenamente sin dificultad alguna pero, ¿qué tan cierto es esto? ¿de verdad tenemos la cultura necesaria de pensar en nuestro futuro? pero existen datos duros que un porcentaje muy alto de población no cuenta con ahorros o algún programa de jubilación.

Además de lo anterior, fue básico reconstruir la imagen en cómo percibía al adulto mayor, dejando atrás los prejuicios de débil, cansado y frágil entre otros y adjetivos como “viejito”. Que ellos a pesar del desgaste físico pueden hacer actividades pero más despacio, que ellos deben ser considerados como parte de la sociedad y es nuestra obligación integrarlos como individuos importantes a nuestra sociedad o comunidad.

Me gusto mucho aportar mis conocimientos con mi perfil de publicista en la estrategia de la campaña, desde reconocer e identificar que es bueno, que sirve o que no funciona para esta campaña. Aunque en un principio me faltó más involucramiento con mi equipo por causas externas después me integre de forma positiva y pude compartir mis ideas para el proyecto. Es un trabajo muy amplio y es obvio que aun le falta mucho por hacer pero creo que lo que se incorporó este semestre será de gran ayuda.

Como humano me llevo mucho aprendizaje, el valorar todas las etapas de la vida y pensar en un futuro. Recuerdo unos de los primeros días de clase donde dibujamos como nos imaginamos a nosotros mismos en la tercera edad y aunque algunos divagamos y nos dibujamos retirados pensionados sin deudas, felices y con un futuro asegurado es algo que se puede lograr siempre y cuando sepamos prevenir y crear conciencia.

### **Marcela Vazquez Torres**

A lo largo de este proyecto de aplicación profesional tuve la oportunidad de llegar a conocer mentalidades distintas acerca de un mismo tema, al mismo tiempo desarrolle la

habilidad de escucha y comprensión, ya que es necesario para que un equipo funcione de la mejor manera conocer y aceptar distintos puntos de vista. Desarrolle habilidades para mayor comprensión a la lectura y saber expresar mis ideas de forma clara y concisa, ya que muchas veces se me complicaba mucho no cambiar la idea principal por algo que se podría malinterpretar o podría llegar ofender a las demás personas. Este proyecto me ayudó a tener una visión mucho más clara sobre cómo generar una campaña publicitaria y me dio la oportunidad de llevar mis conocimientos a la práctica social. Con mi equipo de trabajo al comienzo fue un poco complicado asignar el responsable de cada tarea, pero con el tiempo nos fuimos conociendo y fuimos más conscientes de las habilidades prácticas de cada integrante, esto facilitó mucho más la forma de trabajo y la eficacia. Aprendí a saber expresarme y comunicarme de una manera mucho más respetuosa y eficaz.

Desde el comienzo el tema sobre la inclusión hacia los adultos mayores me llamo mucho la atención, ya que es algo que en la sociedad muchas personas no le toman importancia y de esta forma se me hizo algo interesante aplicarlo a mi proyecto profesional para saber comunicar de la mejor manera y crear un cambio positivo ante la sociedad. Considero es un tema que a todos nos debería de preocupar e inquietar un poco ya que es algo que influye mucho en la vida y bienestar de las personas. Me gustó mucho la parte de investigación ya que como equipo nos pudimos dar cuenta sobre los grandes estereotipos que existen y como este es un grupo vulnerable, me pude dar cuenta de la gran importancia sobre investigar, ya que te abres la mente de una manera impresionante, esta considero fue una de las mejores prácticas ya que me pude dar cuenta sobre los estereotipos y la mentalidad que yo tenía acerca del tema y cómo esto debe ser mucho más claro al momento de querer comunicar acerca del tema. De igual manera se realizaron estudios de campo con visitas al asilo, esto me cambió mucho la idea que tenía sobre como es el envejecer en un asilo, me dolió mucho ver que muchas de las personas que se encuentran en el asilo simplemente están esperando el momento para fallecer, ver personas sin esperanzas de vida y el trato que se les da considero no es la manera más digna para vivir la etapa del envejecimiento.

Desde el principio comencé a sentir que este tipo de proyecto realmente puede crear un gran impacto en la sociedad, ya que es un tema que no se frecuenta mucho en la sociedad y creo esta es la mejor manera de crear un gran impacto y cambio. A partir de

este proyecto realizado me siento sumamente capaz de preparar un proyecto, especialmente un proyecto que se relacione con el bienestar de la sociedad, ya que antes de realizar este proyecto tenía una perspectiva muy distinta sobre lo que realmente era la publicidad, tenía la idea que era algo muy superficial y no brindaba ningún beneficio a la sociedad, pero después de realizar este proyecto y el tener la oportunidad de convivir , conocer el contexto de los adultos mayores y a partir de esto poder realizar una campaña publicitaria y lograr crear un impacto en la sociedad, me brinda mucha satisfacción ante mi carrera. Considero que mis servicios profesionales pueden ayudar a mejorar la economía en el país, ya que estamos cambiando perspectivas e ideales sobre lo que es la vida y el envejecimiento y de esta forma las personas comenzaran a realizar cambios en sus prioridades y planes futuros.

### **Claudia Selene Capin Larios**

Al iniciar este proyecto, no tenía conocimiento de la gran problemática que representa la falta de preparación tanto en México, como en otros países latinoamericanos, para el retiro y la oportunidad de poder tener una vejez digna, pues es una problemática distorsionada por los medios de comunicación, los cuales en su mayoría no sólo tienden a minimizar el problema, si no que también promueven estereotipos que no dignifican ésta etapa de vida.

Durante éste proyecto tuve la oportunidad de involucrarme de manera integral en ésta problemática, desde la capacitación, donde revisamos material académico que evidencia ésta problemática, hasta la generación de una estrategia para poder comunicar que la vejez se puede vivir de muchas maneras y generar conciencia sobre ésta problemática, atendiendo un grupo vulnerable que, en comparación de otros, no recibe tanto apoyo debido a la falta de conciencia que hay en el país.

En éste proyecto participamos personas de distintas carreras y con distintos enfoques, pero al ser un equipo tan numeroso, fue necesaria la división por áreas: Producción y Posicionamiento. Me integré al equipo de posicionamiento, donde en su mayoría somos

publicistas. Esto dio pie a que el modo de trabajo sea muy similar al de una agencia de publicidad real, donde los equipos de trabajo están divididos según el área de expertiz de los integrantes y los entregables son realizados según el área correspondiente, respetando y escuchando el punto de vista de cada equipo.

Estoy muy satisfecha con todo lo realizado en éste proyecto, desde el proceso hasta el producto final, ya que es el resultado del trabajo en equipo, donde las mentes de todos colaboraron para la realización del mismo, aprendiendo a escucharnos y a tomar en cuenta el punto de vista de todos los miembros del equipo y me quedo con el orgullo de haber aportado como lo hice principalmente en el desarrollo de la estrategia, ya que en su mayoría fueron cosas que aprendí o he hecho en el mundo laboral.

En éste proyecto hice conciencia de la importancia y de lo mucho que puede afectarnos el no prepararnos para la vejez, por lo que decidí tomar acción y contratar un seguro de ahorro, pues es mejor prepararnos desde que somos muy jóvenes. También, crecí profesionalmente, pues aprendí a hacerme escuchar, como lo fue en el caso de hacer la campaña, practiqué la toma de decisiones considerando todas las consecuencias tanto directas como indirectas cuando se está velando por el desarrollo de un proyecto, a trabajar en equipo a un nivel mas alto que el de un proyecto universitario y la resolución de problemas de manera inmediata.

## **5. Conclusiones**

El cumplimiento con el PAP Alter Código, ha tenido el compromiso estipulado durante todo el semestre desde su principio al cierre. Se puso todo nuestro conocimiento y herramientas necesarias para lograr el objetivo necesario y poder aportar positivamente

valor y contribuir de manera enriquecedora en un proyecto que seguirá creciendo aún más, con el fin de ser un proyecto con alto reconocimiento y apoyar el tema.

Con este proyecto, queremos expresar que hemos solidificado nuestra meta y que con mucho esfuerzo lo estamos culminando, cabe destacar que durante nuestros estudios regulares tuvimos siempre presente, el ser constantes y perseverantes, factores que resultaron decisivos para cerrar el presente programa, que ponemos a la disposición para su futuro.

Como resultado del proyecto se elaboró una propuesta metodológica de contenidos para la gestión de redes sociales, la que va a permitir contribuir, mejorar y optimizar el uso adecuado de estas mismas. Así como también se obtuvo información relevante al tema con investigación y observación. siendo el tema de los adultos mayores un poco abandonado para los jóvenes hoy en día, pero que es necesario indagar en él y saber sobre esta realidad.

Para cualquier persona es inevitable tener deterioros físicos propios de una edad avanzada y enfermedades que estos puedan llevar. Sin embargo, muchos de ellos se enfrentan a esta etapa con una actitud positiva y alegre, teniendo una vida activa, rica en experiencias muy satisfactoria. Existen adultos mayores que parecen no se sienten limitados por su edad, pues su envejecimiento biológico es compensado con un estilo de vida que los hace mantenerse en excelentes condiciones hasta muy avanzada edad.

Sin embargo, vivimos en una sociedad que resalta lo joven y moderno y no se siente responsable de integrar, valorar y acoger al adulto mayor, no existe esa empatía que se necesita, no se necesite señalar a los jóvenes por esta actitud pero el problema viene desde raíz, ya que en nuestra cultura tiene es un tema del cual no se habla mucho, es algo que no se le ha tomado la importancia necesaria y como se mencionó en apartados anteriores en un futuro apunta que la población de adulto mayor seguirá aumentando. Por esto mismo se tiene que tomar una conciencia y profundizar sobre el tema, logrando que esto aporte y brinde experiencia, sabiduría, paciencia, afecto, etc.

La estructura social está un poco partida en este tema, por ejemplo existen familias que son muy sobreprotectoras con sus adultos mayores, limitando su libertad y su desarrollo

de una vida normal y productiva y los predisponen a ser pasivo y dependiente de los demás. Nuestra sociedad erróneamente ha construido en visualizar al adulto mayor como un ser improductivo incluso hasta minusválidos, en circunstancias en que la gran mayoría de estas personas tienen buena salud y que pueden realizar las mismas cosas que antes sólo que ahora más lento.

La edad avanzada no es signo de decaimiento o incapacidad intelectual, muchas personas continúan realizando importantes aportes en diferentes áreas del conocimiento y de las artes, por mencionar algunos ejemplos Picasso y Einstein tuvieron una rica actividad creativa hasta sus últimos años de vida.

En definitiva, uno de los problemas centrales a esta problemática radica en la falta de políticas oficiales que integren a los más viejos con el resto de la población y que les permitan desarrollar todas sus capacidades generativas. Es tarea de todos que toda persona al cumplir una edad mayor padres, conocidos o nosotros mismos sea realmente el inicio de una etapa de dicha y enriquecimiento personal.

Buscamos brindar a nuestros adultos mayores mejores alternativas de integración y desarrollo dentro de su entorno, tanto familiar como social. El hombre como especie de preservación ha sido un desafío, por un lado el crecimiento en aumento de población mundial tiene un aumento considerable en la población del adulto mayor y por otro lado los obstáculos en los que se enfrentan estos mismos.

Las estadísticas confirman que para el 2050 uno de cada cuatro personas serán adultos mayores. aunque hay países desarrollados que ya plantean desde hace tiempo políticas, programas y actividades para el adulto mayor. México aún carece de esto y se necesitan implementar nuevas normas por la extensión satisfactoria del mundo

La atención integral que requieren los adultos mayores, les permite llevar su vejez de manera positiva, activa y saludable desde diferentes puntos de vista, ya que varios de ellos se enfrentan por condiciones preocupantes por no acceder a pensiones de vejez, no tienen una cobertura de salud adecuada y atención en otras áreas que se les tendría que brindar, y en muchos casos sufren de discriminación en el mercado laboral, en servicios y en el trato cotidiano de sus comodidades, familiar que perjudica directamente su calidad de vida.

## 6. Bibliografía

- Tuirán, R. (1999).Desafíos del envejecimiento demográfico. En CONAPO (Ed.). Envejecimiento Demográfico en México: Retos y perspectivas (pp. 15-22). Distrito Federal: CONAPO Recuperado de: <http://gerontologia.org/portal/archivosUpload/uploadManual/envejecimientomexico.pdf>
- Ardèvol, E. (1998).*Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. Revista de Dialectología y Tradiciones Populares (LIII) 2.* Disponible en: [rdtp.revistas.csic.es/index.php/rdtp/article/.../40](http://rdtp.revistas.csic.es/index.php/rdtp/article/.../40)
- Navarro, A. (2012). Representación y antropología visual: videos y construcción de significados sobre *lo cucapá*. Revista Chilena de Antropología Visual (20) .
- Fuentes, J. & Navarro,N.(2009). Los mitos y estereotipos sobre la vejez en los medios de comunicación y la importancia de la educación intergeneracional. *Envejecimiento en Red.* Disponible en: [envejecimiento.csic.es/.../fuentes-mitos-01.pdf](http://envejecimiento.csic.es/.../fuentes-mitos-01.pdf)
- Ham, R. (1999). Conceptos y significados del envejecimiento en las políticas de población. En CONAPO (Ed.). Envejecimiento Demográfico en México: Retos y perspectivas (pp. 41-53). Distrito Federal: CONAPO Recuperado de: <http://gerontologia.org/portal/archivosUpload/uploadManual/envejecimientomexico.pdf>
- Villareal, R. E. (2014). Subjetividades, prácticas y relaciones en el cuidado. En *Los retos de la política pública ante el envejecimiento en México* (págs. 113-129). Guadalajara: CIESAS/INDESOL/ITESO.

- Restrepo, J. (2009). La vejez en la comunicación intergeneracional. Conferencia presentada en el 10o Aniversario de la Red Latinoamericana de Gerontología. Disponible en: <http://www.gerontologia.org/portal/archivosUpload/manual/Javier-Dario-Restrepo.pdf>
- Gloss, D (2017) guía de aprendizaje pap alter Codigo. Primavera 2017 Iteso. Guadalajara [ documento inédito ]
- INAPAM ( 2016) estadísticas sobre adultos mayores en México. Disponible en: <https://www.gob.mx/inapam/galerias/estadisticas-sobre-adultos-mayores-en-mexico?idiom=es>
- SEDESOL (2010) diagnóstico sobre la situación de vulnerabilidad de la población de 70 años y más. Disponible en: [http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Sedesol/sppe/dgap/diagnostico/Diagnostico\\_70%20y%20Mas\\_VERSION\\_FINAL.pdf](http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Sedesol/sppe/dgap/diagnostico/Diagnostico_70%20y%20Mas_VERSION_FINAL.pdf)
- <http://www.jaliscocomovamos.org/1587>
- BrandWatch (2017) estadísticas de las rdes sociales, disponible en : <https://www.brandwatch.com/es/blog/98-estadisticas-de-las-redes-sociales-para-2017/>
- INEGI(2016)INTERNET 2016 disponible en:[http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016\\_0.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2016/internet2016_0.pdf)