

## APORTES DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL A LA REVISIÓN DE LA MIRADA HEGEMÓNICA SOBRE LA VEJEZ

Mariana Cataldi\*

**Fecha de recepción:** 05/06/2023

**Fecha de aprobación:** 05/07/2023

### RESUMEN

El artículo, mediante una metodología de revisión bibliográfica, propone discutir sobre la construcción mediática de la vejez, los estereotipos acerca de las personas mayores y la mirada predominante relacionada con esta etapa del curso de vida. Analiza los aportes del concepto de Alfabetización Mediática e Informacional para su revisión y deconstrucción. La Alfabetización mediática e informacional promueve el pensamiento crítico y reflexivo y constituye una herramienta válida para analizar los discursos hegemónicos sobre la vejez, que la asocian estereotipadamente a la enfermedad, pasividad y deterioro. En este sentido, podría habilitar una visión heterogénea, acorde a la multiplicidad de formas de envejecer según el contexto, el género, la etnia o la clase social.

**Palabras clave:** Vejez, Personas mayores, Alfabetización mediática e informacional, Medios de comunicación.

### ABSTRACT

The article, through a bibliographic review methodology, proposes to discuss the media construction of old age, the stereotypes about the elderly and the predominant view related to this stage of the life course. Analyzes the contributions of the concept of Media and Information Literacy for its review and deconstruction. Media and Information Literacy promotes critical and reflective thinking and constitutes a valid tool to analyze the hegemonic discourses on old age, which stereotypically associate it with illness, passivity and deterioration. In this sense, it could enable a heterogeneous vision, according to the multiplicity of ways of aging according to the context, gender, ethnic group or social class.

**Keywords:** Old age. Old people. Media and information literacy. Media.

---

\* Doctora en Ciencias Sociales. Magíster en Investigación Social. Licenciada en Trabajo Social. Docente e investigadora (UNPAZ). Directora de la Especialización en Estudios sobre Envejecimiento y Vejez (UNPAZ). Argentina. [mariana.cataldi@docentes.unpaz.edu.ar](mailto:mariana.cataldi@docentes.unpaz.edu.ar)

## Introducción

La población de la Región Latinoamericana y el Caribe envejece a un ritmo acelerado. Se prevee que en el año 2030 las personas de 60 años o más representarán al 16,7% de la población y en 2050 el 25,1% (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2022). Según las proyecciones el crecimiento sostenido de la población mayor se producirá en casi todos los países y superará a la de niños, niñas y adolescentes.

El aumento de la expectativa de vida ha dado lugar a un grupo caracterizado por la diversidad, diferencial según el contexto, el acceso a oportunidades, el género o la etnia. Se vive más, en ocasiones con enfermedades crónicas, dependencia y discapacidad, pero también en condiciones saludables y activas. Dicha heterogeneidad da cuenta de lo inconveniente de efectuar generalizaciones basadas en un criterio puramente cronológico, aunque reconocemos y nos preocupa la extendida asociación de la vejez a la enfermedad, fragilidad y deterioro.

Las imágenes estereotipadas tienen un impacto negativo dado que propician las acciones de discriminación y generan daño a las personas. Es este el punto nodal que atraviesa el presente artículo: las representaciones sociales hegemónicas sobre la vejez, los estereotipos y prejuicios acerca de las personas mayores, la manera en que se reproducen en los medios de comunicación y las alternativas para su deconstrucción.

En el año 2015 se inscribe un acontecimiento de gran envergadura en la región latinoamericana para el colectivo gerontológico: la aprobación de la Convención sobre los derechos humanos de las personas mayores (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015). En este documento, se convoca a los Estados parte a evitar el lenguaje y las imágenes estereotipadas sobre la vejez y se explicitan los alcances de la discriminación múltiple y por edad. Define a la vejez como construcción social de la última etapa del curso de vida, dando cuenta de la heterogeneidad y multiplicidad de formas de envejecer. En este sentido, desde la disciplina se acuñó el concepto de vejezes, alineado a una percepción transversalizada por el enfoque de género y la perspectiva de la diversidad.

Los medios de comunicación conforman uno de los sectores en que se materializan los sesgos por edad, dando lugar a la discriminación. Para la Organización Mundial de la Salud [OMS] el edadismo “surge cuando la edad se utiliza para categorizar y dividir a las personas por atributos que ocasionan daño, desventaja o injusticia” (2022: 17) y tiene graves consecuencias en las personas, afectando su salud, su bienestar y vulnerando sus derechos. El Edadismo puede ser implícito o explícito, según su nivel de conciencia. En los medios de comunicación, se observan estereotipos sobre la vejez clasificados en atributos positivos; sanas, involucradas, y negativos; poco atractivas, infelices, seniles, inactivas, dependientes,

vulnerables, entre otros (OMS, 2022). Los contenidos que se difunden en los medios no son neutros. Mediante el lenguaje verbal y no verbal se comparten y transmiten pensamientos, sentimientos, opiniones y responden a intencionalidades de diversa índole.

Este artículo se organiza en tres apartados. En primer lugar y a modo de fundamentación, realiza un recorrido por las propias producciones sobre el tema que de alguna manera refleja nuestra motivación por problematizar acerca de las representaciones sobre la vejez en distintos espacios y formatos. Luego sintetiza los aportes de diversos autores y desde varias disciplinas sobre la temática en cuestión, recuperando sus ideas principales y estudios recientes. Finalmente aborda el concepto de alfabetización mediática e informacional (AMI), que propone como herramienta para analizar y reflexionar sobre los contenidos mediáticos acerca de la vejez y los procesos de envejecer.

### **| Antecedentes. Nuestro recorrido por la temática**

En publicaciones precedentes, hemos intentado aproximarnos a las múltiples configuraciones que adquiere la vejez según el contexto, la etnia, el género, la clase social, y compartimos estrategias de trabajo que apuntaban a incorporar la temática gerontológica en espacios de capacitación no tradicionales. En 2018, publicamos un estudio acerca

de las representaciones sobre la vejez en contextos de encierro, a partir de una experiencia de investigación colectiva con varones detenidos en la cárcel de Ezeiza, Argentina, estudiantes de la carrera de Trabajo Social (Cataldi y González, 2018). En ese caso, identificamos los indicios que sustentaban las percepciones negativas de los detenidos, quienes afirmaban que el encierro acelera el envejecimiento dando lugar a la vejez prematura, más allá de la edad cronológica. Luego abordamos las vejeces gitanas, cuando a partir de la revisión bibliográfica dábamos cuenta de la presencia de múltiples discriminaciones hacia este colectivo en el curso de vida y la manera en que incidían en los procesos de envejecer (Cataldi y Rada Schultze, 2022).

Las entrevistas a referentes de esta comunidad nos permitieron profundizar acerca de las vivencias de las personas mayores gitanas, observando las similitudes y diferencias con los imaginarios de la sociedad no gitana, como la reproducción de los roles de género propios del sistema patriarcal. En simultáneo visualizamos su distanciamiento de los modelos hegemónicos, a partir del predominio de una valoración positiva sobre las personas de mayor edad gitanas, quienes son consultadas al momento de tomar decisiones, median en situaciones de conflicto y son cuidadas por la familia extensa cuando requieren de apoyo<sup>1</sup> (Rada Schultze y Cataldi, 2022). En 2021,

---

<sup>1</sup> En esta oportunidad, uno de los entrevistados aportaba su opinión acerca de la producción mediática sobre el colectivo gitano: “En los medios siempre somos

“ladrones, borrachos, violentos, delincuentes. Una noticia nuestra siempre aparece en la sección de policiales” (Rada Schultze y Cataldi, 2022: 264)

implementamos un curso de capacitación en gerontología para docentes de todos los niveles de enseñanza, que tuvo por objetivos analizar los recursos pedagógicos vigentes y discutir acerca de las imágenes subyacentes sobre la vejez, propiciando la deconstrucción de estereotipos<sup>2</sup> y la incorporación de contenidos desde una mirada pluralista en los espacios áulicos (Cataldi, 2022).

Este curso posibilitó que docentes que trabajan con niños, niñas y adolescentes adquieran conocimientos sobre los procesos de envejecer, las representaciones sociales y sus impactos. También apuntó a reforzar la motivación para la incorporación de la temática en los programas de cada materia desde un enfoque pluralista, diverso y enmarcado en la perspectiva de género.

Este breve itinerario apunta a resaltar la importancia de valorar otras dimensiones, más allá de la edad cronológica, al momento de analizar las configuraciones sobre la vejez, y la posibilidad y necesidad de visibilizar la temática en distintos escenarios. Sin embargo, como desarrollaremos a continuación, en los medios de comunicación predomina una mirada homogeneizante y estereotipada sobre este colectivo, que se extiende en la región.

## **| Los estudios sobre la vejez en los medios de comunicación**

En el último decenio, se han publicado varios trabajos que reflexionan acerca de las imágenes hegemónicas de las personas mayores en los medios y proponen la deconstrucción de los estereotipos y prejuicios.

La Defensoría del Público de Servicios de Comunicación audiovisual de Argentina es un organismo creado a partir de la Ley 26522<sup>3</sup> que apunta a promover, difundir y defender el derecho de las audiencias a la comunicación. En este marco, llevó adelante un estudio mediante el análisis de monitoreos de noticieros de la televisión abierta en 2016 y 2017, con la intención de indagar acerca de los sucesos en que las mujeres mayores se convierten en protagonistas de las noticias. Observaron que los contenidos descalificaban la sexualidad femenina en esta etapa o las presentaban directamente asexualizadas. En su análisis, identifican imágenes de cuerpos femeninos débiles y frágiles e infieren sentimientos y opiniones negativas sobre las personas mayores. Otro aspecto que señalan es la universalización del abuelazgo, generalizando la asociación de la edad avanzada a la función familiar de abuela como si todas tuviesen nietas o nietos.

---

<sup>2</sup> A modo de ejemplo, se observó en los libros de la materia Idioma Inglés, que persiste la asociación de la vejez a la abuelidad, a su rol como cuidadoras de nietos, y en las mujeres mayores, se las observa realizando tareas de cocina, elaborando alimentos para la familia.

<sup>3</sup> La Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, aprobada en 2009, especifica que se deberá evitar la promoción e incitación de tratos discriminatorios en los medios de todo el territorio nacional.

En México, García Lizarraga (2022) propone discutir sobre imágenes visuales y lingüísticas de la vejez en campañas de programas sociales y otros medios informativos, partiendo de la premisa de que son dispositivos portadores de significado. Mediante el análisis de obras literarias, de refranes, en imágenes y en la pintura observa atributos negativos, a partir de la presentación de las personas mayores como tacañas, egoístas, testarudas, feas, insoportables y decadentes.

Las imágenes de las personas mayores en los medios en contexto de pandemia fueron analizadas en España por Bravo Segal y Villar (2020) en función de titulares de dos diarios de tirada nacional. Identifican el predominio de contenidos negativos y homogéneos, y una representación desfavorable: muertes, crisis en residencias, vulnerabilidad. En menor medida, hallaron narrativas favorables, como casos de personas centenarias que logran recuperarse de la enfermedad. Para Díaz Aledo (2013) la imagen que se difunde en los medios de comunicación de España no se ajusta a la realidad de las personas mayores en dicho país ni refleja su pluralidad. En México se observó la preponderancia de alto contenido emocional en las imágenes en campañas publicitarias institucionales durante la pandemia, y visualizaron estigmas corporales como piel blanca, color rosa para las mujeres y azul para los hombres mayores, calvos o canosos, con lentes y bastones (Hernández Guerson y Saldaña Ibarra, 2021). A partir de nuestras observaciones informales queremos hacer referencia a las imágenes que se

reproducían en los medios en este período, al evacuar instituciones geriátricas por contagios masivos, donde se mostraban los rostros de las personas mayores sin pixelar, vulnerando el derecho a la privacidad e intimidad tal como lo establece la Convención.

Recientemente, se analizaron los mensajes de Twitter, advirtiendo el uso de palabras que refuerzan estereotipos negativos, presentándolo como un grupo desempoderado y vulnerable (OMS, 2022). En las producciones coexisten múltiples formas de nominar a las personas mayores: jubilados, abuelos, gerontes, tercera edad, clase pasiva. Cada una responde a estereotipos que vinculan la vejez al retiro laboral, al rol familiar, al deterioro, a la pasividad y las presentan como agenéricas. Tal como se especifica en la Convención, el concepto adecuado sería “persona mayor”, por ser genéricamente inclusivo y porque coloca en primer lugar a la persona. Respecto del lenguaje en los medios de comunicación, Fernández y Puca Molina (2021) afirman que las personas adultas mayores suelen ser noticia en casos policiales, como robos, engaños, víctimas de abandonos o muertes trágicas, acompañadas de lenguaje peyorativo, que los ubican en una situación de desprotección. La información que recibimos incide en nuestro pensamiento y desempeña un rol relevante en la formación de opinión y en nuestras acciones. Pero también impactan en las propias personas mayores, pudiendo provocar sentimientos de temor o aislamiento, y retracción a salir de sus hogares.

Varios autores señalan la necesidad de promover una imagen

alternativa de la vejez en los medios (Belando Montoro, 2007; Díaz Aledo, 2013) Por otro lado, en este período se ha avanzado en el lineamiento de recomendaciones para el tratamiento de la información que involucre a este colectivo mediante la elaboración y difusión de manuales de buenas prácticas en comunicación y otras recomendaciones (Defensoría del Público, 2020; Fernández y Puca Molina, 2021; INADI, 2021; OMS, 2022). La alfabetización mediática informacional se conforma como una herramienta válida orientada a la revisión de contenidos y a la deconstrucción de estereotipos e ideas falsas que propician y perpetúan la discriminación.

### **| La alfabetización mediática informacional**

Braesel y Karg definen a la Alfabetización mediática informacional (AMI) como “Un conjunto de competencias que permite a una persona acceder a los medios, analizar y reflexionar sobre su contenido, producir mensajes en estos formatos y tomar acciones sobre los mismos” (2018: 11). La AMI posibilita el desarrollo del pensamiento crítico, ayuda a comprender cómo los mensajes moldean la cultura, a reconocer estrategias de marketing subyacentes y sus intencionalidades. También posibilita el reconocimiento de la información falsa, las mentiras (las denominadas “fake news”), contribuye a crear nuevos contenidos y proponer cambios. Dichos autores sostienen que “Entender los medios de comunicación y su influencia en la sociedad y en los individuos es una habilidad que debe ser

desarrollada por todos” (Braesel y Karg, 2018: 11).

Distintas producciones sobre la temática de la AMI se posicionan desde el enfoque de derechos. Para Zeballos y Aguaded (2022), la alfabetización mediática es una necesidad y un derecho ciudadano y trasciende la mera enseñanza de habilidades o actividades respecto de los medios y tecnologías de comunicación e información. Estos autores destacan la estrecha relación entre la alfabetización mediática y los derechos humanos y sostienen que “La alfabetización mediática ha de permitir de modo más próximo ejercer algunos derechos humanos centrales en la vida, como son la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho a la comunicación” (2022: 314).

La AMI provee a las personas de competencias para garantizar el derecho a la libertad de expresión, a recibir y difundir información, a que se respeten sus opiniones, en todos los medios disponibles, radio, televisión, internet, archivos digitales, libros (UNESCO, 2011). Como sintetiza la UNESCO se trata de “pensar críticamente, hacer clic sabiamente” para lo que se requieren competencias informáticas, mediáticas y digitales. El concepto de AMI es compuesto dado que incluye dos áreas: la alfabetización mediática y la alfabetización informacional. La primera define las necesidades de información, la evalúa y organiza, analiza el uso ético y comunica. En cuanto a la segunda, entiende el papel de los medios en la sociedad, las condiciones en las que cumplen sus funciones, evalúa críticamente sus contenidos, participa y

produce contenido (UNESCO, 2011). Ambas se encuentran vinculadas y esta terminología se encuentra en discusión, dado que existen otras nominaciones. Por otro lado, la AMI no se adquiere de una vez, sino que se trata de un proceso dinámico que implica experiencias (UNESCO, 2011).

Según Rivera (2022), el derecho a la alfabetización mediática e informacional de las personas mayores abarca capacidades para acceder y encontrar información, pero también para evaluarla con pensamiento crítico que la dote de sentido. En la misma línea interpretativa se ubican los aportes de Zeballos y Aguaded (2022), quienes sostienen que la alfabetización mediática puede ayudar a proteger la privacidad, a hacer un uso responsable y crítico de los contenidos recibidos y emitidos y que contribuyan al respeto de los derechos.

La AMI aporta competencias y destrezas para el análisis crítico de las imágenes, el lenguaje y los contenidos circulantes en los medios sobre la población mayor. En este marco, planteamos algunos interrogantes orientadores: ¿En qué contexto se produce la información? ¿Qué medio la genera? ¿Cómo denominan a las personas mayores en las publicaciones? ¿Qué imágenes se observan sobre la vejez? ¿Qué estereotipos subyacentes podemos identificar? ¿Cómo podría reelaborarse la producción para evitar sesgos y la reproducción de prejuicios sobre el colectivo de personas mayores?

## **| Conclusiones**

Para que podamos modificar nuestra forma de pensar, sentir y actuar

con relación a la vejez, tal como plantea la OMS, es necesario habilitar y promover la mirada crítica sobre las imágenes, contenidos y productos culturales mediáticos.

La información que recibimos cotidianamente y por distintos medios influye en nuestras acciones. A partir de la formulación de preguntas problematizadoras, orientadas a la reflexión, podremos reconocer la presencia de estereotipos y prejuicios sobre la vejez y desde allí, avanzar en su deconstrucción.

Por otro lado, proponemos habilitar la discusión trascendiendo los espacios propios de la gerontología y con grupos de distintas edades: escuelas, clubes, entidades bancarias, organizaciones sindicales, obras sociales, etc. Además, los discursos sobre la vejez pueden analizarse en múltiples formatos: diarios digitales, revistas, publicaciones de Instagram, Facebook, en libros escolares, en series y películas, publicidades, bases de convocatorias, búsquedas de empleo, cartillas de programas preventivos de salud, campañas de partidos políticos, etc.

En definitiva, todas las personas somos productoras y reproductoras de información y portadoras de prejuicios. Los contenidos no son neutros y tienen implicancias en la vida cotidiana de las personas, de allí la importancia de repensar los contenidos que recibimos y que difundimos. De esta manera, la AMI representa un recurso válido para posibilitar la reflexión crítica y aminorar la discriminación hacia las personas mayores, originada en los estereotipos y prejuicios sobre la vejez.

## Referencias

- Argentina. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2018). ¿Cuándo y cómo son representadas las mujeres mayores en los noticieros? Recuperado de: <https://defensadelpublico.gob.ar/cuando-y-como-son-representadas-las-mujeres-mayores-en-los-noticieros/>
- Belando Montoro M. (2007). Modelos sociológicos de la vejez y su repercusión en los medios. Comunicación e Personas mayores. ISBN 13 978-84-690-7017-8. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2651197>
- Braesel S., Karg T. (2018). Alfabetización Mediática e Informativa. Una guía práctica para capacitadores. Recuperado de: <https://static.dw.com/downloads/54630208/dw-akademielguia-practica2018.pdf>
- Bravo Segal y Villar (2020). La representación de los mayores en los medios durante la pandemia COVID-19: ¿hacia un refuerzo del edadismo? Vol. 55 (266-271). Revista Española de Geriatria y Gerontología. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0211139X20300901>
- Cataldi M. (2022). Deconstrucción de prejuicios sobre la vejez mediática en la formación docente gerontológica (477-484). *Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje*. Recuperado de: <https://www.grupocomunicar.com/pdf/redes-sociales-y-ciudadania-2022.pdf>
- Cataldi M., González N. (2018). Representaciones sobre la vejez en contexto de encierro. La perspectiva de los internos del penal de Ezeiza. Revista de la Sociedad Argentina de Geriatria y Gerontología. Recuperado de: <https://sagg.ar/revista-agosto-2018/>
- Cataldi M. Rada Schultze F. (2022). Vejez gitanas. La trama entre etnia, género, edad y discriminación múltiple. Revista de la Sociedad Argentina de Geriatria y Gerontología. Mayo 2022. Año 36. N°1. Recuperado de: [https://sagg.ar/wp-content/uploads/2022/05/RAGG\\_1\\_2022\\_web.pdf](https://sagg.ar/wp-content/uploads/2022/05/RAGG_1_2022_web.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. CEPAL. (2022), *Envejecimiento en América Latina y el Caribe: inclusión y derechos de las personas mayores (LC/CRE.5/3)*, Santiago, 2022.



- Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual (2020). Recomendaciones para el tratamiento de la información sobre personas mayores, vejez y envejecimiento. Recuperado de: <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2020/09/RECOMENDACIONES-NO-AL-VIEJISMO.pdf>
- Díaz Aledo L. (2013). La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación. *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, n.º 41. Junio de 2013(pp. 483-502) / ISSN: 2254-724X. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4417825>
- Fernández, A. O.; Puca Molina, S. (2021). Estereotipos y miradas de los Adultos Mayores en los medios de comunicación. *Revista Compromiso Social*, (5), 83-88. Recuperado de: <https://www.camjol.info/index.php/recoso/article/view/13035>
- García Lizarraga D.(2022). Imágenes de la Vejez: la urgencia de una representación plural y propositiva. *Tramas 57. UAM-X. MÉXICO. 2022* (PP. 289-319). Recuperado de: <https://tramas.xoc.uam.mx/index.php/tramas/article/view/978>
- Hernández Guerson E. y Saldaña Ibarra S. (2021). COVID-19. Representaciones sociales mudas del viejismo en los medios de comunicación. *Revista Pensamiento y Acción Interdisciplinaria*, 7 (1), 97-110. Recuperado de: <https://revistapai.ucm.cl/article/view/730/782>
- INADI. Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo. (2021). Manual de comunicación inclusiva. Buenas prácticas para comunicadores y comunicadoras. Adultas y adultos mayores. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/buenas\\_practicas\\_adultas\\_y\\_adultos\\_mayores\\_accesible.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/buenas_practicas_adultas_y_adultos_mayores_accesible.pdf)
- Organización Mundial de la Salud. OMS (2022). Informe mundial sobre el Edadismo. Recuperado de: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/55871>
- Rada Schultze F., Cataldi M. (2022). La diversidad en el curso de vida: axiomas para repensar el envejecimiento gitano en Argentina. *Revista TRAMAS 57 • UAM-X • MÉXICO • 2022* • (PP. 253-287). Recuperado de: <https://tramas.xoc.uam.mx/index.php/tramas/article/view/977>
- Rivera M. (2022). Acceso a la tecnología y alfabetización mediática e informacional de las personas mayores (187-196). En Huenchuan (ed.), *Visión multidisciplinaria de los derechos humanos de las personas mayores* (LC/MEX/TS.2022/4), Ciudad de México, Comisión

Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2022.

UNESCO (2011). Alfabetización mediática e informacional. Curriculum para profesores. Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099?posInSet=5&queryId=c8a9c253-e557-4af1-8210-a9a931f0bad7>

Zeballos R. Aguaded I. (2022). La alfabetización mediática con perspectiva de derechos humanos. En *Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje*. Recuperado de: <https://www.grupocomunicar.com/pdf/redes-sociales-y-ciudadania-2022.pdf>