

Recomendaciones para una comunicación responsable sobre las personas mayores

10 recomendaciones

para una comunicación responsable

sobre las personas mayores*

1 [Enfoque de derecho]

Las personas mayores deben ser consideradas y construidas comunicacionalmente como sujetos de pleno derecho y no como objetos de cuidado o intervención. Esto implica reconocerlas como personas íntegras, productoras, activas, deseantes, con capacidades materiales y simbólicas, tal como sucede en todas las etapas de la vida.

2 [Evitar el uso de determinadas palabras e imágenes]

La denominación de las personas que transitan la vejez es importante a la hora de construir subjetividades y representaciones sociales. Hay expresiones e imágenes que colaboran con la estigmatización de la vejez y las personas mayores, y otras que contribuyen a modificarlas positivamente. Nombrar a todas las personas mayores como “abuelos” o “jubilados” es reducir su condición a un rol social. En todo caso, tales denominaciones deben estar contextualizadas: “La relación entre abuelos y nietos”; “Los abuelos se comunican con sus nietos a través de las redes sociales”; “Los jubilados recibirán sus aguinaldos a partir del 2 de diciembre”. Por lo tanto, debemos priorizar el uso de palabras que sean inclusivas.

Evitemos - Abuelas/os (a menos que debamos mencionar este rol social o resaltar el vínculo). - Jubiladas/os (a menos que debamos mencionar este rol social o resaltar el vínculo). - Sexagenarias/os, Octogenarias/os, etc. (a menos que debamos mencionar sólo parámetros cronológicos).

Digamos - Personas Mayores - Adultas y Adultos Mayores.

En cuanto a las imágenes, es conveniente evitar el uso de aquellas que refuercen mitos y prejuicios negativos de las personas mayores y que las ridiculicen o vulneren sus derechos.

3 [Construcción positiva de la vejez]

Es fundamental construir la idea del envejecimiento de manera positiva, remarcándolo como un proceso con potencialidades, productivo, sostenible

y saludable y también resignificar la vejez como un momento de la vida enriquecedor, activo, pleno y gratificante, con pérdidas y ganancias como en todas las etapas vitales.

4 [Lenguaje inclusivo]

Incorporar el enfoque de género y diversidad sexual en las comunicaciones vinculadas a las personas mayores. Para ello es importante dar lugar a nuevas preguntas, sumar fuentes e identificar diferencias y desigualdad de oportunidades en la construcción de roles sociales entre varones, mujeres, gays, lesbianas, transexuales, transgéneros, intersex y queers, a favor de una comunicación inclusiva. El lenguaje escrito y visual, como sistema de valoración y construcción social del mundo, es de suma importancia a la hora de modificar imaginarios y significados.

5 [Voces protagonistas]

Es importante incorporar en las producciones comunicacionales testimonios, valores, hábitos, experiencias, tradiciones, expresiones y creencias de las personas mayores, como así también promoverlas como productoras de información e interlocutores activos dentro de su comunidad.

6 [Nuevos temas para abordar]

Las personas mayores suelen ser protagonistas de las noticias cuando son abandonadas por las familias, son víctimas de robos, reclaman incrementos de haberes jubilatorios, etc. Resulta necesario visibilizar acciones que contribuyan a erradicar prejuicios negativos y promocionar nuevas temáticas vinculadas a sexualidad, educación comunitaria, tecnología, vejez activa, diálogo intergeneracional, participación social y accesibilidad, entre otras.

7 [Contextualizar]

A la hora de informar sobre la vejez, el envejecimiento y las personas mayores es importante facilitar claves de lectura e interpretación, incorporando elementos de contexto, datos y testimonios de los mayores y opiniones de referentes en la temática. Contextualizar favorece la comprensión y el conocimiento de las cuestiones sociales que involucran a las personas mayores desde una visión amplia, sensible y respetuosa y, al mismo tiempo, evita simplificaciones que suelen fortalecer una representación negativa de la vejez.

8 [Promover el *buentrato*]

Esta recomendación apunta a construir y promover en las comunicaciones una “Cultura del *buentrato*”, entendida como el conjunto de valores y acciones que, puestos en práctica con los otros, generan un sentimiento de respeto y reconocimiento mutuo y favorecen el desarrollo personal y comunitario. Al mismo tiempo, es importante visibilizar, repudiar y denunciar todos los tipos de abuso y maltrato hacia las personas mayores: físico, psicológico, los vinculados a la negligencia o al abandono y, fundamentalmente, el “viejismo” que es la discriminación (implícita o explícita) basada en la edad.




9 [Empoderar a las personas mayores]

Implica visibilizar, difundir y promover sus derechos. La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores (Ley 27360), como instrumento jurídicamente vinculante, tiene como objeto promover, proteger y asegurar el reconocimiento y el pleno goce y ejercicio, en condiciones de igualdad, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales de la persona mayor, a fin de contribuir a su plena inclusión, integración y participación en la sociedad. Entre ellos, aprender durante toda la vida. Ser escuchados. No ser infantilizados. Elegir dónde vivir. Percibir jubilación y cobertura sociosanitaria. Recibir cuidados, de ser necesario. Decidir sobre su vida y manejar asuntos patrimoniales y financieros. Reclamar a las autoridades cuando alguno de estos derechos no se cumpla. Recibir buenos tratos, entre otros. Todas las acciones que generan empoderamiento en las personas mayores desarticulan y deconstruyen prejuicios.

10 [Accesibilidad para incluir]

El incremento de la expectativa de vida puede estar acompañado, en algunas ocasiones, por declives psicofísicos. Vale destacar que, contra el imaginario existente, no todas las personas mayores los tienen. A la hora de comunicar, debemos identificar aquellas posibles barreras comunicacionales -físicas, sociales y culturales- que tienden a la exclusión. La accesibilidad implica utilizar los recursos necesarios y pertinentes (desde el tamaño de la tipografía, hasta el uso de señalética adecuada, por ejemplo) para incluir a todas las personas.



   @SenafArgentina
www.argentina.gob.ar/senaf

Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia
Pres. Tte. Gral. Juan Domingo Perón 524, piso 4 (C1038AAL) CABA
comunicacion@senaf.gob.ar



**Ministerio de
Desarrollo Social
Argentina**