

## **Conclusiones CURSO DE LA UIMP "LA IMAGEN DE LAS PERSONAS MAYORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL". Santander, septiembre 2011.**

Las conclusiones que elaboraron los participantes en el curso del Imserso "La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación social, celebrado en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en Santander del 5 al 7 de este mes, son las siguientes:

- 1.- Los estereotipos y la imagen social forman parte de cada uno de nosotros e influyen en nuestra manera de ser y nuestro comportamiento.
- 2.- El concepto de "ser mayor" es cultural. La imagen de un colectivo se conforma desde que uno nace hasta el envejecimiento. En este proceso los medios de comunicación social, en las sociedades democráticas avanzadas como la española, son transmisores y configuradores de esta imagen social y fundamentales, por tanto, en la creación de modelos de vida y en la construcción social de la realidad.
- 3.- La realidad demográfica española, con su acelerado proceso de envejecimiento y aumento de la esperanza de vida a corto y medio plazo, hace que el colectivo de las personas mayores tenga cada vez un peso mayor. En pocos años serán la cuarta parte de la población. Es necesario impulsar políticas para mejorar su calidad de vida, sus proyectos de vida y su papel en la sociedad, sin olvidar que son antes ciudadanos que personas de edad.
- 4.- Es un grupo de población con gran diversidad de perfiles poseedores de un capital humano poco aprovechado y que desean evidenciar. Personas independientes y dependientes, autónomas y heterónomas, con ingresos económicos muy diferenciados en el que el género tiene todavía un papel definitorio clave. Por esta razón, hay que evitar estereotipos y lugares comunes en los medios de comunicación tanto en la información como en la publicidad.
- 5.- Constatamos que el tratamiento informativo prestado a las personas mayores es diferente según el tipo de medio. Prensa, radio y medios especializados se diferencian de la televisión que ofrece en muchos casos programas degradantes y poco objetivos. Este hecho es fundamental debido a que la televisión es el vínculo de conexión con el mundo para amplios sectores de personas mayores.

6.- Se necesita un esfuerzo común entre medios de comunicación y organismos representativos de las personas mayores para generar instrumentos de trabajo. En concreto, un libro de estilo que implante un vocabulario compartido, una agenda del conocimiento y actividades de formación en técnicas de comunicación. El Consejo Estatal de Personas Mayores debe ser la entidad impulsora de estas iniciativas en el marco del Estado.

7.- La presencia de las personas mayores en los medios de comunicación y su propia imagen también depende de su propio esfuerzo, de su trabajo y de sus estrategias para ser tenidos en cuenta por los mismos.

8.- El trabajo informativo de los medios de comunicación, de retrato de la realidad de las personas mayores, debe estar unido al impulso de sus derechos como ciudadanos, el envejecimiento activo y productivo socialmente. Subrayar su experiencia siempre desde el respeto al derecho a informar dentro de la complejidad del mundo empresarial de la comunicación.

9.- Los medios de comunicación no deben circunscribir su trabajo al área social sino a la participación global de las personas mayores en la sociedad.

10.- Desde la Declaración de Santander, del año 2005, se ha mejorado el relato sobre las personas mayores en los medios de comunicación. No obstante, es necesario seguir trabajando en su elaboración para que sea sólido y coherente. Para ello, una cuestión clave es que las organizaciones de personas mayores mejoren sus actividades de comunicación.

11.- Respecto a la existencia de programas específicos para las personas mayores existe diversidad de pareceres. Desde los medios se defiende la transversalidad en la información mientras que desde las organizaciones del sector y medios profesionales se defiende la especialización.

12.- Existe unanimidad en el fomento e incorporación de las personas mayores a las nuevas tecnologías de la información, en especial INTERNET. Las redes sociales cada vez están alcanzando una relevancia mayor como medios de información y comunicación frente a los medios tradicionales. Los poderes públicos deben apoyar iniciativas, propias y de autoorganización de las entidades del sector, que incrementen su participación en este ámbito de relaciones. Se considera interesante la puesta en marcha en internet de una base de datos que recoja buenas prácticas informativas.

Como conclusión final queremos indicar que debemos construir entre todos una imagen real de las personas mayores como grandes productores que son de bienestar económico, familiar y social como gran proyecto de vida.