



**Universidad del
Rosario**

**REPRESENTACIÓN DE LA TERCERA EDAD EN LOS
MEDIOS INFORMATIVOS COLOMBIANOS: EL COLOMBIANO,
CAMBIO Y EL TIEMPO**

Autores

Martha Ximena Orlando Andraus

Santiago Mora Castaño

**Trabajo presentado como requisito para optar por el
título de Periodismo y Opinión Pública**

Directora

Danghelly Giovanna Zúñiga Reyes

Escuela de Ciencias Humanas

Periodismo y Opinión Pública

Universidad del Rosario

Bogotá – Colombia

2024

REPRESENTACIÓN DE LA TERCERA EDAD EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS COLOMBIANOS: EL COLOMBIANO, CAMBIO Y EL TIEMPO

REPRESENTATION OF THE ELDERLY IN THE COLOMBIAN MEDIA: EL COLOMBIANO, CAMBIO AND EL TIEMPO

AUTORES

Martha Ximena Orlando Andraus

Estudiante de pregrado de la facultad de periodismo y opinión pública, Universidad del Rosario.0000-0002-8636-5590

Santiago Mora-Castaño

Estudiante de pregrado de la facultad de periodismo y opinión pública, Universidad del Rosario.0000-0002-6131-5300

RESUMEN

Esta investigación se realizó para analizar el papel de los adultos mayores en la agenda informativa de tres medios de comunicación colombianos presentes a nivel nacional y regional. Esto mediante un análisis cuantitativo donde se buscó la tasa de aparición de los adultos mayores en las noticias publicadas por los medios en cuestión, adicionalmente, se analizaron estas apariciones bajo una lupa cualitativa donde se tuvieron en cuenta las palabras, contexto y tono con el cual se hablaba de las personas adultas mayores dentro de la noticia. El análisis de Cambio, El Colombiano y El Tiempo arrojó una tasa de apariciones textuales del 1,8% en el total de las noticias que publicaron estos medios. Ahora, los resultados de este estudio deben ser tomados como un ejercicio individual y no una generalidad de la representación de los adultos mayores en los medios de comunicación nacionales debido a que el impacto de los adultos mayores va más allá de las apariciones textuales, la existencia de problemáticas y dinámicas en la sociedad colombiana que afectan especialmente a los adultos mayores siguen en las páginas de la prensa colombianas y en las mentes de los editores de los medios de comunicación a la hora de decidir sobre las noticias que se publican o no y en qué formato se hace.

ABSTRACT

This research was carried out to analyze the role of the elderly in the news agenda of three Colombian media outlets both at national and regional level. This was done through a quantitative analysis where the rate of appearance of older adults in the news published by the media in question was sought, additionally, these appearances were analyzed under a qualitative lens where the words, context and tone with which the subjects in question were spoken of within the news item were taken into account. The analysis of Cambio, El Colombiano and El Tiempo showed a rate of textual appearances of 1.8% in the total of the news published by these media. Now, the results of this study should be taken as an individual exercise and not a general representation of older adults in national media because the impact of the elderly goes beyond textual appearances, the existence of problems and dynamics in Colombian society that especially affect the elderly remain in the pages of the Colombian press and in the minds of the editors when deciding on the news to be published.

PALABRAS CLAVE

vejez, medios de comunicación en masa, envejecimiento de la población, estereotipo, valores sociales, discriminación por edad

KEYWORDS

old age, mass media, ageing population, stereotypes, social values, age discrimination

INTRODUCCIÓN Y ESTADO DEL ARTE

A medida que la población del mundo está mostrando una fuerte tendencia al envejecimiento (Nations, 2024) se debe comenzar a cuestionar sobre el rol de los adultos mayores dentro de diversas áreas de la sociedad, por lo que este trabajo buscó centrar el análisis de esta población en el área de las comunicaciones especialmente en Colombia. Por ende, se estudiarán tres medios de comunicación del país, dado que el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (en adelante DANE), indica que el porcentaje de ciudadanos mayores de 60 años ha aumentado de un 7.1% en 1990 a un 13.6% en 2020, y con una proyección de crecimiento en un 25.9% para el año 2050 (DANE, 2021).

El cambio de la pirámide poblacional si bien ha afectado en mayor medida a los países endesarrollo, actualmente el impacto del cambio demográfico se inicia a sentir en los países en vía de desarrollo como Colombia (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2005). Chile es uno de los principales países latinoamericanos que más ha tratado el tema, la investigación “*representación social y ciudadanía del adulto mayor en tiempo de covid-19*” (Pavez et al., 2021).

Esta investigación recalca principalmente una ruptura en temas de

las políticas públicas, en los textos comunicacionales, pudimos identificar la afectación de la epidemia a la política de envejecimiento, cuyo énfasis es a envejecimiento positivo y activo. Sin embargo, quedó de manifiesto el edadismo impreso en las políticas reproduce una cultura adulto- céntrica, cuarto fortalecimiento de los estereotipos asociados a una población de riesgo conlleva a la pérdida acelerada de capacidades subjetivas y sociales por hacerse mayor. (Pavez et al., 2021, párr. 5)

En “*Representaciones sociales del envejecimiento en Chile: cuando las noticias distorsionan, desinforman y enferman*” (Carrasco-García & Cárcamo-Ulloa, 2020) Colombia fue utilizada como marco de referencia para realizar una comparativa entre las representaciones que se dan de los adultos mayores en Chile y las que se generan en nuestro país. La comparativa obtenida es que en Colombia los temas más tratados frente a las personas que la tercera edad son: experiencias y relaciones, seguridad social, problemas y desafíos socioeconómicos y salud vs. enfermedad. Carrasco y Cárcamo, señalan un punto en común entre la prensa chilena y la colombiana, que es la seguridad social como uno de los temas principalmente abordados.

Carrasco y Cárcamo (2020) indican que un punto de convergencia entre Chile, Colombia y España, son las noticias de índole policial, accidentes o situaciones de vulnerabilidad y que allí es donde se encuentra más evidente la participación de los adultos mayores. Con esto concluyen que hay una visión común de países de habla hispana en

relacionar a las personas mayores con temas principalmente de asistencialismo y fragilidad.

La investigación “*COVID-19 y personas mayores: representaciones sociales en el Ministerio de Salud de Chile*” (Salazar-Norambuena, 2021), hace un análisis de las diversas comunicaciones que se dieron por parte del Ministerio de salud chileno, mostrando el vínculo que tenía la pandemia con las personas mayores. Tratan como eje el lenguaje utilizado y la forma en la que se expresan en esas comunicaciones de las personas mayores, haciendo un llamado a que

la representación que realizan las autoridades y los medios de comunicación de las personas mayores es de suma importancia, pues si estas son negativas contribuye a las perspectivas viejistas en la esfera pública que han sido documentadas previamente, como que la vejez es un problema que debe ser solucionado.” (Salazar-Norambuena, 2021, p. 238)

La investigación “*consumo televisivo y autopercepción de las personas mayores*” (Vives Barceló et al., 2020), presenta qué opinan los adultos mayores sobre cómo son representados en los medios, llegando a evidenciar que, gran mayoría de ellos indicó que se sentía invisibilizado y “la invisibilidad es seguramente el ejercicio más común de violencia simbólica en los medios de comunicación cuando se habla de grupos desfavorecidos, lo que coincide con la situación del sector de los mayores” (Vives Barceló et al., 2020, p. 93)

Según la Organización de Naciones Unidas (en adelante ONU), “se estima que en 2050 el número de personas de 65 años o más en todo el mundo será el doble del número de niños menores de 5 años y casi equivalente al número de niños menores de 12 años.” (Naciones Unidas, s. f.), asimismo “el consejo afirma que “mientras la población general crecerá un 57% para el año 2050, los adultos mayores lo harán en un 182%” (Rayén Condeza et al., 2016, p. 86)

En la segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento, celebrada en Madrid, (...) Esta estrategia de la ONU instaba a los gobiernos y a la sociedad civil a reorientar la manera en que se percibe a las personas mayores, incluyendo expresamente a los medios de comunicación (artículo 17: 6), en tanto son creadores de entorno. (De Andrés & Maestro, 2014, p.190)

Según la Organización de Naciones Unidas (ONU), en su informe *Perspectivas de la población mundial 2019*, indicó que

para 2050 una de cada seis personas en el mundo tendrá más de 65 años (16%), más que la proporción actual de una de cada 11 en este 2019 (9%). (...) Se estima que el número de personas de 80 años o más se triplicará, de 143 millones en 2019 a 426 millones en 2050. Aunque este fenómeno, es decir el aumento de la población a edades consideradas dentro de la tercera edad inició en países avanzados, actualmente “los cambios más importantes se están viendo actualmente en los países de ingresos bajos y medianos. En 2050, dos tercios de la población mundial de más de 60 años vivirá en países de ingresos bajos y medianos. (Nations, 2024)

Según la Organización Mundial de la Salud, (en adelante OMS), para 2030,

una de cada seis personas en el mundo tendrá 60 años o más. En ese momento, el grupo de población de 60 años o más habrá subido de 1000 millones en 2020 a 1400 millones. En 2050, la población mundial de personas de 60 años o más se habrá duplicado (2100 millones). Se prevé que el número de personas de 80 años o más se triplique entre 2020 y 2050, hasta alcanzar los 426 millones.

Este cambio en la distribución de la población de los países hacia edades más avanzadas —lo que se conoce como envejecimiento de la población— empezó en los países de ingresos altos (en el Japón, por ejemplo, el 30% de la población ya tiene más de 60 años), pero los cambios más importantes se están viendo actualmente en los países de ingresos bajos y medianos. En 2050, dos tercios de la población mundial de más de 60 años vivirá en países de ingresos bajos y medianos. (Organización Mundial de la Salud, 2022, párr. 3)

Actualmente la región de América Latina envejece rápidamente y se estima que para 2030,

habrá más personas mayores de 60 años que menores de 15 años. Y, si bien la esperanza de vida al nacer de ambos sexos se incrementó en tres años entre 2000 y 2019, los hombres y mujeres de la región viven en promedio 9,7 y 12,3 años con mala salud, respectivamente. (Organización Panamericana de la Salud, 2023, párr. 4)

El cambio demográfico que experimenta nuestro continente implica que

En 2022, viven 88,6 millones de personas mayores de 60 años en la región, que representan el 13,4% de la población total, proporción que llegará al 16,5% en 2030. Asimismo, la esperanza de vida para ambos sexos ha aumentado de 48,6 años en 1950 a 75,1 años en 2019. No obstante, el retroceso de 2,9 años en 2021 respecto de 2019 por el impacto de la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19), se espera que la esperanza de vida continúe aumentando en el futuro y llegue a 77,2 años en 2030. (CEPAL, 2022, p. 11)

Es así como, si bien Colombia es un país al que consideran aún en vía de desarrollo y por ende sin inversión de la pirámide poblacional, la realidad es que

la velocidad del proceso de envejecimiento se debe al rápido avance de la transición demográfica en la región, en comparación con otras regiones. Por ejemplo, América Latina y el Caribe experimentó en medio siglo un envejecimiento poblacional parecido al registrado en Europa en dos siglos.

Mirando al futuro, se prevé que en 2060 la proporción de personas de 60 años y más en América Latina y el Caribe superará la de Asia y Oceanía y se ubicará más cerca de los valores correspondientes a América del Norte y Europa. En 2100 la proporción de personas mayores de la región alcanzará el 38,2%, muy cerca de la proporción estimada para Europa en ese mismo año. (CEPAL, 2022, p. 22)

La ley 2055 de 2020 es la que define a la población de la tercera edad en el artículo 2° “persona mayor: aquella de 60 años o más, salvo que la ley interna determine una edad

base menor o mayor, siempre que esta no sea superior a los 65 años. Este concepto incluye, entre otros, el de persona adulta mayor” (Ley 2055 de 2020, 2020, p.20) se debe hablar de un envejecimiento saludable, el cual va acompañado de “la vivencia de una vejez digna, autónoma e independiente en igualdad, equidad y no discriminación” (Ministerio de Salud, s. f.)

En Colombia la primera ley de protección y lineamientos sobre las personas de la tercera edad se expidió en el año 2000, siendo la ley 599. Luego para 2008 se dictó la ley 1251 y en 2009 la ley 1315. Más recientemente, para 2017 se da la ley 1850 que modifica las leyes previamente mencionadas. Para 2020, se da la ley 2055, la cual adopta la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores. Mediante decretos 163 de 2021 y 681 de 2022, se dan una serie de acciones afirmativas, como la participación de los adultos mayores en consejos y nuevas políticas públicas sobre envejecimiento.

En 2018 se expidió por parte del Ministerio de Salud la cartilla sobre el buen trato a las personas adultas mayores, donde menciona a los medios de comunicación como partícipes de lo que del “maltrato cultural”, el cual es

constituido por aspectos del mundo simbólico que se utilizan para legitimar o justificar la violencia de tipo estructural o directa, a través de los medios de comunicación, valores culturales, lengua, educación, religión, artes y ciencias. “Corresponde a aquellas argumentaciones que hacen percibir como ‘normales’, situaciones de violencia profunda” (Sirlin, 2008, p.11, citado por Ministerio de Salud, 2018, p. 23)

Esta situación de violencia también ha sido evidenciada por investigadores de otros países, especialmente desde el uso del lenguaje,

Además de las imágenes de los adultos mayores en los medios de comunicación, también el lenguaje utilizado en los mismos al referirse a los mayores afianza el estereotipo. Se utiliza con frecuencia un lenguaje demagógico, paternalista e incluso falto de respeto. Términos como “dependientes”, “ancianos” o “pasivos” demuestran el uso de un lenguaje peyorativo y cargado de prejuicios, que no responde a la realidad. (Fernández & Puca Molina, 2021, p.85)

Es así como se delimitaron una serie de palabras dentro de la presente investigación que se consideran como parte de aquellas que generan estereotipos y/o prejuicios, entre ellas:

- Anciano: Dicho de una persona de mucha edad (ASALE & RAE, 2024b)
- Viejo: Dicho de un ser vivo de edad avanzada (ASALE & RAE, 2024c)
- Abuelo: 1. Padre o madre de uno de los padres de una persona. 2. m. y f. afect. coloq. Persona anciana. (ASALE & RAE, 2024a)

Esta situación ha sido recalcada por la red de gerontología de Latinoamérica quien menciona que,

Su uso, por parte de niños, jóvenes y adultos, está atado a lo peyorativo,

para desmerecer o denigrar la condición de una persona. Esto contribuye a un ambiente negativo, de discriminación, para este grupo de población. Las palabras como viejo o anciano, incluso, están desapareciendo de nuestro lenguaje. (...)

En Ecuador la palabra viejo, con frecuencia, se utiliza de manera peyorativa para desmerecer a otra persona. Es común escuchar expresiones como: “viejo hijo de tal y cual; vieja loca; viejo feo; la vieja de tu abuela; viejitos, abuelitos; ya estás viejo, ya no sirves”. (Red Latinoamericana de Gerontología, 2015, párr. 2)

Si bien no deberían considerarse las palabras previamente mencionadas como propias del maltrato cultural, la realidad es que la construcción del lenguaje ha generado que se cree una visión sesgada de esta población. Si hablamos de aquellas palabras que no son estereotipadoras encontramos las relacionadas con adulto mayor, persona mayor, o bien compuestas por la palabra edad, como tercera edad, mediana edad, etc., conceptos que versan sobre las personas que superan los 60 años sin ningún sesgo particular.

El rol de los medios de comunicación tiene un impacto en la sociedad pues,

es evidente que en la sociedad contemporánea los medios (de comunicación) son importantes creadores y mediadores del conocimiento social. La comprensión de los diferentes modos en que los medios representan la realidad, de las técnicas que utilizan y de las ideologías que impregnan sus representaciones debería ser una exigencia para todos los ciudadanos actuales y futuros de una sociedad democrática. (Begoña Gutiérrez et al., 2010, p. 270).

El concepto de medios de comunicación es comprendido como una forma de impregnar en la vida de los ciudadanos y de la sociedad democrática, y con esto, en la construcción de la realidad de la participación democrática y en general cualquier relación interpersonal. Estas relaciones dentro de una sociedad democrática ayudan a formar criterio propio, estereotipos o concepciones de lo que considera como verdadero, lo que genera un impacto ineludible en la sociedad y en cómo se construyen conceptos en torno a determinadas poblaciones.

Al investigar sobre el impacto de los medios de comunicación en determinadas poblaciones, se encontró que en Colombia no hay presencia de estudios que versen sobre la representación de la población objeto de estudio, los únicos dos que se mencionan en la investigación de (Carrasco-García & Cárcamo-Ulloa, 2020), fueron “El envejecimiento y la vejez en prensa escrita: análisis comparativo” de Elisa Dulcey-Ruiz, María Isabel Jaramillo Jiménez y Mariela Gómez Villamizar (2002), y “La construcción social del envejecimiento y de la vejez: Undiscursivo de prensa escrita” también de Elisa Dulcey Ruiz con Carlos José Parales (2002) investigaciones que no fueron encontradas en ninguna base de datos. Sin embargo, al encontrar esos dos estudios colombianos referenciados en uno chileno, se dedujo que son objeto de estudio comparativo por parte de otros países sin que esto implique que Colombia reconozca la importancia e impacto de la forma en la que se representa una población como la de los adultos mayores.

Por esta razón en la investigación “Representaciones de la diferencia en Medios Informativos”, financiada por los Fondos Concursables 2022 – Modalidad Semilleros con

la orden interna IV-TSE045, los autores de este artículo se centraron en el análisis de la representación de la población de personas mayores en medios informativos, aquí se presentan los resultados del trabajo realizado. El objetivo general del proyecto es identificar las representaciones de género, edad, identidad sexual, raza, clase, situación inmigración y discapacidad en las agendas de los medios informativos de referencia colombianos entre enero y marzo de 2023, para esto fue necesario recolectar la información producida por los medios informativos elegidos, organizarla, sistematizarla, valorarla y analizarla.

La teoría del framing, no tuvo sus inicios en el campo de la comunicación sino en la psicología y posteriormente aplicado al campo de la sociología. Uno de los autores que trae consigo este concepto al campo de las comunicaciones es Robert Entman, quien es su libro *“Framing: toward clarification of a fractured paradigm”*, delimita el concepto de framing de la siguiente manera

cuquiera que sea su uso específico, el concepto de framing siempre ofrece una manera de describir el poder de un texto en la comunicación. El análisis de los frames ilumina la manera precisa en que la influencia sobre la conciencia humana es ejercida por el emisor (o por la comunicación) desde un discurso, un enunciado, o desde el noticiario”. “El Framing esencialmente significa selección y preeminencia (o prominencia, o notabilidad). Hacer un frame es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes o notorios en un texto de comunicación, de tal modo que promuevan un particular problema, definición, interpretación, una evaluación moral y/o recomiende un tratamiento especial para el elemento descrito. (Entman, 1993 como es citado en Águila-Coghlan & Gaitán Moya, 2013)

Comprendiendo el framing como resaltar algunos aspectos de la realidad percibida de forma tal que se promueve un problema, definición, interpretación y/o evaluación específica de lo que se propone, permitió realizar una percepción más amplia de cómo son representadas las personas de esta población.

Se comprendieron los frames analizados desde la representación y por ello se aplicó la teoría de la representación social de Moscovici. La teoría del referido autor en temas de representación social se puede resumir como

Para Moscovici, la representación social es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios. (Moscovici, 1979, p.18 citado en Piña Osorio & Cuevas Cajiga, 2004, párr. 16)

Jodelet hace más comprensible el concepto de la representación, entendiéndolo como:

el concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. (Ministerio para la Transición Ecológica, 2022, p. 35).

El mismo autor, Jodelet, menciona tres apuntes fundamentales, el primero de ellos el contenido o también comprendido como información. Esta categoría, indica que toda representación siempre tiene “un contenido, qué está constituido por el conjunto de informaciones, nociones y conocimientos referentes a un objeto social” (Ministerio para la Transición Ecológica, 2022, p. 39). El segundo componente es el objetivo, que constituye el elemento social en donde las teorías van dirigidas a una concatenación de significados que terminan por darle un sentido a dicho objeto, finalmente el tercer componente es el sujeto. Cuando se trata de sujeto, el autor no individualiza el concepto, sino que lo trata como un individuo o grupo que percibe el objeto social y elabora sobre éste diversidad de contenidos.

Entendiendo el concepto de las representaciones también hay que comprender que

las representaciones sociales tienen la facilidad de la aprehensión e interpretación de la realidad -situación que como veíamos también se da desde la comunicación- porque permiten la reducción a categorías simples y operativas. De hecho, representar es, en primer lugar, clasificar, relacionar un contenido a una etiqueta o un código lo que facilita procesar informaciones, analizar situaciones y tomar decisiones. Al incluir un individuo en una categoría se le está relacionando un prototipo, un modelo, que implica asignarle un conjunto de características comunes a los miembros de esta categoría y establecer diferencias significativas con miembros de otras categorías. (Ministerio para la Transición Ecológica, 2022, p.44.)

La teoría de Moscovici permite generar marcos de integración de ciertos tipos sociales. Al realizarse el análisis desde este autor hacia los marcos que determinan la representación social de los adultos mayores en otras investigaciones, se encontró que en su mayoría son negativos y que derivan en una discriminación ya sea directa y/o indirecta. Se determinó para el presente caso de estudio que partiendo de la teoría de Moscovici y en consideración de las representaciones sociales, es el lenguaje utilizado por los medios de comunicación lo que da una representación errónea de los adultos mayores al determinarlos como un grupo homogéneo, y que genera así una estereotipación incluso por parte del mismo grupo, que se refleja hacia las políticas públicas que recalcan en su mayoría el concepto del edadismo, asistencialismo o paternalismo.

MÉTODOS Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En este estudio, se tomó la decisión de centrar la atención en tres medios informativos dentro del contexto colombiano, siguiendo criterios específicos que permitieran abarcar una amplia gama de perspectivas y alcances dentro del ámbito de la comunicación en el país. En primer lugar se seleccionó "El Tiempo", un periódico de amplia circulación a nivel nacional. En segundo lugar, "El Colombiano", un medio de comunicación impreso que, si bien comparte la categoría generalista con El Tiempo, se distingue por tener una circulación de carácter regional, enfocándose en informar sobre los sucesos y dinámicas particulares de una zona específica de Colombia. Por último, "Cambio", una revista que en su refundación se destaca por su formato en línea. Este trío de medios fue escogido con el propósito de analizar y entender las distintas esferas que componen el universo mediático nacional, asegurando así una investigación que abarque

diversas audiencias, espacios geográficos y nichos informativos.

El Tiempo, fundado en 1911, “es un periódico de tirada nacional, de contenido general y de pago” (Fecolper, 2024b). Actualmente su director es Andrés Mompotes, quien ha desempeñado su carrera como periodista completamente en el seno de este mismo diario. La alta circulación de esta publicación en el mercado colombiano, siendo este el periódico más leído en el país (PerdomoGarcía, 2022). Hoy en día el 100% de las acciones de la casa editorial El Tiempo son propiedad de la Organización Luis Carlos Sarmiento Angulo (Colprensa - EFE, 2024). A pesar de esto, debe considerarse que la familia Santos, de la que hace parte el expresidente Juan Manuel Santos, fue dueña de esta publicación hasta el año 2007 y parcial hasta el 2012. Según publicaciones de la misma casa editorial están comprometidos con defender los principios heredados del expresidente por el Partido Liberal, Eduardo Santos: La aversión a la violencia y la estridencia, al sensacionalismo y la chismografía. (Espinosa Valderrama, 2014).

El Colombiano, fundado en 1912, es “un periódico generalista, de pago y de carácter regional, es el principal periódico impreso de Medellín, la segunda ciudad más importante de Colombia.” (Fecolper, 2024a). Actualmente es propiedad de la familia Gómez Martínez, dueños del 50 % de este desde 1930, compraron el 50 % restante a la familia Hernández, socios de los Gómez desde su adquisición (Bedoya, 2019). Su directora actualmente es Luz María Sierra, periodista con trayectoria en radiodifusión y ex jefa de redacción en EL Tiempo. Cabe destacar que una de las directoras anteriores de la publicación (1991-2012) fue Ana Mercedes Gómez Martínez, exsenadora de la nación por el Centro Democrático (2014-2015).

La revista Cambio, inicialmente fundada en 1993 como una publicación impresa, es un medio nativo digital relanzado en el año 2022 por la periodista Patricia Lara, excandidata a la vicepresidencia de la nación por el partido de izquierda Polo Democrático Alternativo (Polo democrático, 2019), tras varios años de inactividad y distintos cambios de administración, vale la pena destacar que uno de sus fundadores originales, el periodista y hermano del expresidente socialista Ernesto Samper (Colprensa, 2023), Daniel Samper Pizano hoy en día hace parte del equipo editorial de la revista junto con su sobrino Daniel Samper Ospina. Su actual director es Federico Gómez Lara, periodista con una trayectoria que incluye la revista SEMANA e hijo de la anteriormente mencionada propietaria del medio en cuestión, Patricia Lara (Las dos orillas, 2021).

La estrategia metodológica está enmarcada en el análisis de contenido pues permite identificar como unidad de análisis a los productos periodísticos informativos de distintos géneros (noticia, breve, reportaje, crónica, columna, fotorreportaje) e identificar sistemáticamente si hay o no representación de las mujeres, niñas, adolescentes, personas de tercera edad, LGBTQ+, grupos étnicos, migrantes, en situación de discapacidad, de diferentes sectores sociales, con un abordaje tanto estadístico como cualitativo a partir de la identificación de categorías específicas y sus relaciones.

El monitoreo estuvo distribuido a lo largo de siete semanas para trabajar con la estrategia de semana construida que permite recolectar información en un arco de tiempo

amplio identificando las variaciones propias de la agenda informativa semanal, la fecha de inicio se determinó aleatoriamente. El periodo de análisis comenzó el lunes 16 enero y terminó el domingo 5 de marzo de 2023, en total se cubrieron 7 semanas. La unidad de análisis es la “pieza periodística” en cualquier sección del medio informativo, La “pieza periodística” incluye la pieza informativa o interpretativa que usa cualquier género (noticia, breve, reportaje, crónica, columna, fotorreportaje).

En primera medida se realizó un análisis de conteo, cuyo fin era identificar cuántas veces aparecía alguno de los siguientes identificadores en los medios elegidos: Adulto mayor, edad, buscando siempre que concordara con un reflejo del rango de edad en estudio, anciano, abuelo, y/o viejo. Dichos identificadores parten de ser dos de ellos como deberían ser llamadas las personas de esta población (adulto mayor o tercera edad) y los otros que corresponden como se vio previamente a formas despectivas y discriminativas de abordar a estas personas (anciano, viejo, abuelo). Cabe hacer la precisión de que no se cuantificó la palabra viejo, que hiciera referencia a una cosa usada o que existe hace mucho tiempo, igual sucede con la palabra abuelo, que no se contará cuando haga referencia a su vínculo relacional con otros dentro del marco de la noticia.

La revista Cambio, con un universo de 460 noticias analizadas, se encontró que solo 9 corresponden a categorías relacionadas con los adultos mayores. Esto genera un promedio de aparición de esta población de 2,07%, siendo los identificadores más utilizados los de adulto mayor y viejo cada una con un total de 3 apariciones. En El Colombiano del universo de 452 noticias, 11 corresponden a las personas mayores, generando un promedio de aparición 2,25%. En este medio hay igualdad de aparición de dos identificadores comunes como anciano y adulto mayor, y un tercer identificador que no había sido considerado de manera prioritaria pero dado a la reiteración del concepto se incluye que es el de abuelos, todos con aparición de 3 veces.

En El Tiempo, se encontró que solo 7, de las 514 noticias analizadas, corresponden de alguna forma a la población en mención. Se ve así un promedio de 1,09% de apariciones o relaciones con esta población, siendo la categoría más encontrada la de “edad”, ya fuera porque se aplicaba como “edad de jubilación”, “edad avanzada” o bien “discriminación por mi edad”, determinando así 4 apariciones relacionadas con la categoría de edad en referente a la población de la tercera edad. Los otros identificadores encontrados fueron el de adulto mayor y anciano, cada uno con una sola aparición.

La ilustración 1 surge al enfrentar la totalidad de noticias en cada medio frente a todos los días analizados, es decir de la globalidad por ejemplo de Cambio, al que corresponden 460 noticias publicadas en los días analizados, solo el 2% corresponde a las menciones que de la población en estudio. Del mismo modo sucede con El Colombiano y El Tiempo, que como bien se ve en la gráfica, no superan el 2% ni el 1% correspondientemente.

Menciones vs total de noticias



Created with Datawrapper

Ilustración 1,
realización propia

ANÁLISIS Y RESULTADOS

En el análisis de los tres medios informativos se halló que el porcentaje de apariciones que tiene la población en estudio corresponde tan solo al 1,8% de la agenda informativa, pues de las 1426 noticias analizadas, solo 26 corresponden de alguna forma a esta población. En donde, por orden de aparición en cuanto a cómo se referían a esta población, tenemos que la forma más usada es “adulto mayor”, seguida del identificador de edad, que puede corresponder a: tercera edad, edad avanzada, mediana edad o edad de jubilación. Luego en un tercer lugar se tiene al identificador de “anciano/a”, seguido por apariciones iguales a los identificadores de viejo y abuelo.

La presente tabla evidencia la totalidad del número de apariciones de cada identificador dentro de las 26 noticias que contenían o hacían referencia a la población en estudio. De manera que, se evidencia que el identificador más utilizado con 8 apariciones fue el de adulto mayor, seguido de todos los que contenían la palabra edad con 6 apariciones. Es decir, el correcto uso del lenguaje según los criterios establecidos para evitar el maltrato cultural se dio en mayor medida, con un total de 14 apariciones. Sin embargo, se evidenció que permanece el uso de palabras como anciano, viejo o abuelo casi en igual proporción con un total de 12 apariciones.

Tabla de apariciones de cada identificador	
IDENTIFICADOR	NO. DE APARICIONES
Adulto mayor	8
Edad	6
Anciano	6
Viejo	3
Abuelo	3
Total	26

Se identifica así una infrarrepresentación que tiene esta población dentro de la agenda de los medios de comunicación, ya que en el periodo estudiado solo hicieron aparición 26 veces en 3 medios diferentes. Lo que genera que de las 24 veces en los 3 medios implique que se generaron en promedio 8 noticias en cada medio, lo que dividido en la semana construida implique que se haya publicado solo una noticia al día sobre esta población en cada medio. Pero, esto podría también indicar que están cobrando relevancia dentro de la agenda informativa, de manera que habrá entonces ahora que analizar en qué contextos se dieron estas apariciones.

Desde la búsqueda por secciones se encontró que mayor cantidad de menciones dentro de la sección de opinión. El medio en el cual se evidenciaron más columnas de opinión que giraban en torno a este grupo poblacional fue en Cambio (44.4% frente a un 25% de El Tiempo y un 11.1% en El Colombiano), que es un medio que mayor cantidad de editores y periodistas pertenecientes a este grupo etario, hallando con esto una correlación entre cantidad de periodistas y/o editores de este grupo, con el aumento o disminución de relevancia de la población en estudio, para el caso concreto de la sección de opinión.

DISCUSIÓN

En diversas charlas con expertos, se encontró que “la imagen de los adultos mayores en las sociedades occidentales, como la nuestra, se reduce a “cuidar nietos” debido a que, envejecer en Occidente y en Colombia, especialmente, es sinónimo de deterioro, es sinónimo de problemas y de enfermedad y no se asocia a sabiduría o experiencia” (G. Ayala Osorio, comunicación personal, 2 de diciembre de 2023).

Con esto en mente, los criterios de selección de los medios muchas veces dependen o versan sobre la cantidad de personas afectadas o impactadas por determinado hecho y no en sí con un foco puesto en los grupos poblacionales particulares que crean dichos hechos, pues Rendón menciona que “¿Por qué uno va a sacar al adulto mayor del resto de la comunidad, cierto? Pues porque tenemos todas las mismas necesidades como comunidad.” (O. P. Rendón, comunicación personal, 12 de diciembre de 2023), resaltando al final del día, que el cómo se aborda dependerá del rol que determinada comunidad le dé a esta población etaria, encontrando así que los encuadres dependerán del papel que la persona de la tercera edad tenga o no dentro de la noticia o bien dentro de la agenda informativa.

Según (Fairhurst & Saar, 1996, p. 100) hay diversidad de técnicas de encuadre, dentro de las principales tenemos

- La metáfora: describe el sujeto desde su parecido con algo más
- La jerga o frases memorables: que sitúa al sujeto en términos cercanos o familiares
- El contraste: el sujeto se destaca al ser comparado con su opuesto
- El spin: coloca el foco en algo positivo o negativo del sujeto
- Y las historias: que hace real al sujeto a través de historias y/o ejemplos

De lo mencionado por los expertos y a su vez lo que se evidenció en la presente

investigación, se encontró que los encuadres más utilizados suelen ser las historias, el contraste y el spin. Cuando se trata del frame de historias, Rendón menciona que “hay unos temas donde no estás buscando al adulto mayor como tal, pero la problemática (...) está más encarnizada en el adulto mayor” O. P. Rendón, comunicación personal, 12 de diciembre de 2023), lo que facilita informar de esta manera haciendo que la información pueda ser contada a través de esa voz del adulto mayor. Ahora, cuando se habla del contraste, se encontró que los medios mencionan a la población de la tercera edad de forma genérica cuando se expresan sobre políticas públicas que interesan a las personas jubiladas, es decir ya no activas laboralmente, haciendo así un contraste de quienes, si se encuentran en etapa laboral y quienes no desde el opuesto mal utilizado, dado que no todas las personas mayores se encuentran jubiladas.

Finalmente, cuando se habla del spin, se halló que al retratar a la población de la tercera edad se utilizan expresiones, lenguajes, o temáticas alusivas a características negativas de este grupo etario, tales como la dependencia por ejemplo económica, la vulnerabilidad de este grupo ante ciertas enfermedades y/o situaciones, el paternalismo estatal, la pérdida de capacidad de aprendizaje y uso de las tecnologías, entre otras. A continuación, los diversos contextos que sustentan la existencia de estos frames, según los identificadores encontrados según el medio:

Para la revista Cambio encontramos los siguientes contextos de aparición.

- Adultos mayores: se da dentro de una nota de opinión que gira en torno al clientelismo. Hace especial referencia a un subsidio decretado por el presidente Petro para los adultos mayores.
- Viejo: se utiliza el identificador de viejo, dentro de la parafraseada de un tweet del presidente Petro.
- Viejo: se da en una columna de opinión en donde el autor se identifica como alguien que confirma sentir el paso de los años, tanto así que la columna en cuestión se denomina signos de que envejezco.
- Ancianos: hace referencia a una de las poblaciones más afectadas dentro de la guerra de Vietnam.
- Viejo: se da dentro de una columna de opinión sobre el gobierno del presidente Petro y las diversas reformas que ha presentado, dentro de ellas la pensión. Indica por ende al utilizar la palabra viejos, a la población que ya ha adquirido su derecho a la pensión identificándolas dentro de los 65 años.
- Anciana: utilizan este término para realizar una descripción del personaje principal de la película "todo en todas partes al mismo tiempo"
- Tercera Edad: utilizan el término en mención para comentar qué poblaciones pueden acceder al subsidio de MI casa ya. Adulto mayor: identifican a las personas mayores como una población que deben ser priorizadas dentro de las intervenciones que se debieron realizar cuando se dio la emergencia de calidad en el aire de Bogotá.
- Mayores: aplican el identificador en el título una columna de opinión, en

dicha columna se retratan las vivencias de las dificultades con la tecnología propias del autor, como de otro grupo de personas que le comentan sus dificultades. Retratando de una manera jocosa que implica ser un adulto mayor, o como bien lo menciona en su texto un "viejo".

En varias de las menciones que se dan de esta población surgen o bien de noticias o bien de columnas de opinión, pero que giran alrededor de las medidas que se han tomado por parte del gobierno o el distrito, entorno a las personas mayores, como lo son las apariciones 1, 2, 5, 7, 8. Las apariciones 3 y 9 corresponden a columnas de opinión que reconocen las vicisitudes de envejecer, reconociendo así el rol de la población que tienen como tal un valor y relevancia para todos. La aparición 6 y 4, son simplemente una forma de llamar a esta población para identificar su pertenencia a una determinada etapa etaria. Solo las apariciones 3 y 9 surgen como forma de reconocer a esta población como personas que merecen un espacio particular dentro de la agenda mediática. El resto de las apariciones corresponden solo a una forma informar sobre determinados temas políticos y/o sociales que impactan a esta población sin identificarla como el creador información.

En El Colombiano se identificaron los siguientes contextos:

- Anciano: aparece en noticia sobre asesinato en donde la víctima es un adulto mayor
- Adulto mayor: se referencia a los adultos dentro de la reforma pensional
- Anciano: se menciona como categorización de la edad del perpetrador de un masacre
- Mediana edad: relaciona a los asistentes de un evento cultural
- Abuelos: utiliza a este grupo etario al momento de realizar una opinión
- Abuelo: referencia al personaje de un videojuego
- Adulto Mayor: referencia a un dato poblacional demográfico
- Mayores: relaciona determinados hábitos de consumo con este grupo etario

Las apariciones 1, 3, 5, y 8 podrían considerarse como notas periodísticas en las cuales a los adultos mayores se les pone en el centro de la agenda informativo por sí solos, sin embargo, el resto de ellas corresponden a la agenda mediática de temas sociales, políticos o formas de caracterizar a una persona.

En El Tiempo se identificaron las siguientes referencias:

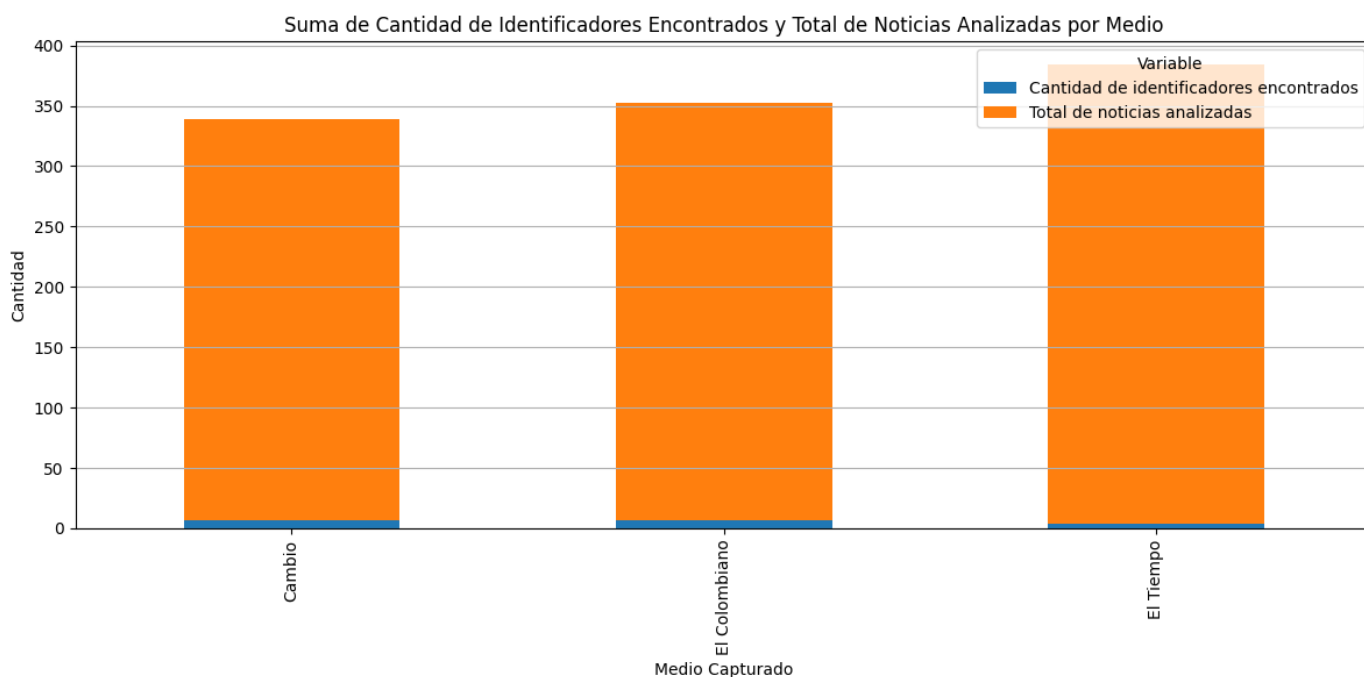
- Edad avanzada: la introducen dentro del análisis que se hace sobre el aumento del costo de vida
- Edad avanzada: surge dentro de una columna de opinión escrita en futuro
- Edad de Jubilación: pequeña aparición que hace alusión a la aprobación de la reforma pensional en Francia.
- Edad: introduce la palabra edad más la cifra de 65 años, parafraseando la respuesta que brindó Madonna a sus fans al indicar que muchos de ellos lo que hacen es burlarse de ella por su edad.
- Adulto Mayor: menciona a esta población como afectados por el cierre de Viva Air
- Adulto Mayor: en referencia a la reforma pensional

- Ancianos: mencionados como muertos por la pandemia del Covid-19.

En las piezas informativas presentadas por El Tiempo durante la semana de investigación, se puede encontrar que aparte de la nota 2 escrita en futuro, el resto de las noticias giran en torno a debates políticos o sociales, que pone de presente es la agenda de gobierno y no por se esta población. De manera que, al observar el análisis más cualitativo de los resultados hallados, se puede indicar que no hay como tal un énfasis de los medios de comunicación en que parte de su agenda informativa este construida o alrededor de la población en estudio, situación que como se ha desarrollado hasta el momento en el presente texto, genera que haya infrarrepresentación de estas personas y, por ende, a nuestro parecer una concepción homogeneizada de lo que son las personas mayores. Ejemplo claro de ello, es asumir que muchas personas de este grupo son pensionadas, cuando en Colombia solo el 4,3% lo es.

La ilustración 2 evidencia la proporción total de noticias analizadas por medio frente a la cantidad de noticias en las que se hallaron los identificadores seleccionados. Evidenciando así que el porcentaje de las noticias en donde aparece la población de la tercera edad está por debajo del 3% para las tres publicaciones, esto frente al total de noticias que se producen en una semana construida.

Ilustración 2, realización propia



CONCLUSIONES

Estos resultados solamente comprenden las menciones textuales de los adultos mayores en las noticias de la versión impresa de El Colombiano y El Tiempo, junto con las noticias publicadas en la página web de Cambio en el periodo analizado. Cabe destacar que, como asevera, Olga Patricia Rendón “hay unos temas donde no estás buscando al adulto mayor como tal, pero la problemática (...) está más encarnizada en el adulto mayor”.

El papel de los adultos mayores a la hora de construir agenda informativa es mucho mayor del que indicaría el número de sus apariciones, es decir se puede considerar que son un criterio de decisión como grupo poblacional al momento de pensar en la agenda más no en la construcción de la información. Según la misma editora ellos son importantes a la hora de poner los criterios de noticiabilidad debido a que “importa que en el impreso haya un impacto para esta población (...) Antioquia es un departamento muy tradicionalista y nuestros suscriptores del periódico impreso en su mayoría son adultos mayores”.

En los medios analizados se identificó una tasa menor al 2% en menciones del grupo etario correspondiente frente a un total de noticias analizadas, teniendo El Tiempo la menor tasa de menciones con un 0.87%, seguido de Cambio con un 1.7%, mientras El Colombiano mencionó a los adultos mayores en un 2.2% de sus noticias.

A continuación, en la ilustración 3 las líneas punteadas identifican donde se utilizaron los identificadores, desagregadas por medio que las publicó; siendo las líneas sólidas la representación del total de noticias publicadas en el mismo día. Se evidenció que en proporción los medios elegidos manejan un número similar de noticias por día en donde aparecía esta población, sin embargo, el abismo que hay entre la totalidad y las que tienen a esta población suele ser de más de 50 noticias por día.

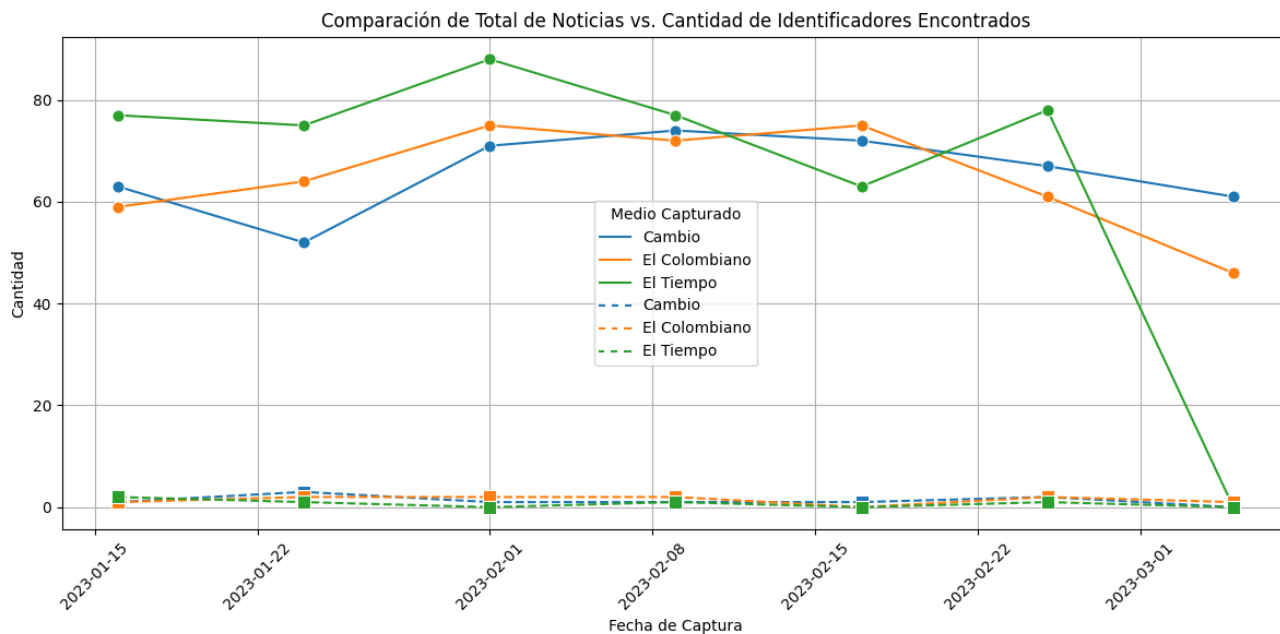
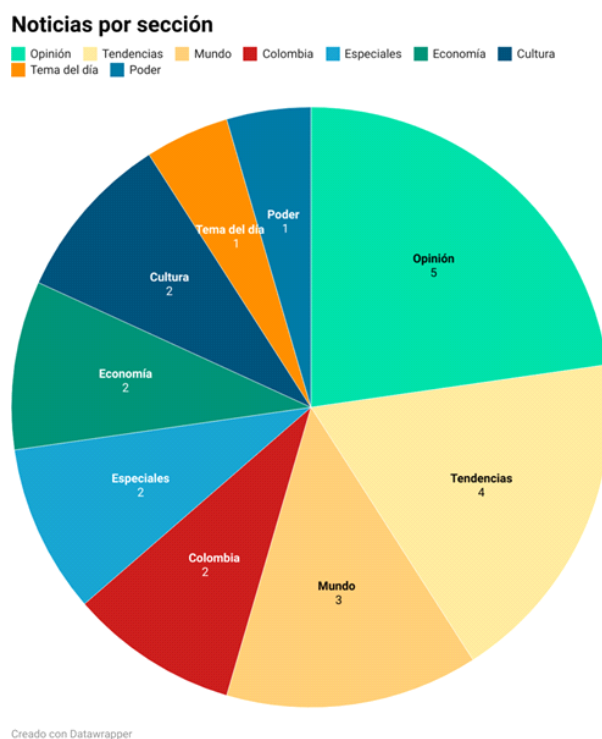


Ilustración 3, realización propia

A pesar de cierta preponderancia de las menciones en la sección de opinión, no existe unatendencia reconocible en las categorías de noticias donde aparecen menciones del grupo etario relevante a esta investigación. El medio en el cual se evidenciaron más columnas de opinión que giraban en torno a este grupo poblacional fue en Cambio, que como también se mencionó previamente es un medio, que tiene editores y periodistas pertenecientes a este grupo, hallando con esto una correlación entre cantidad de periodistas y/o editores de este grupo, con el aumento o disminución de relevancia de la población en estudio, para el caso concreto de la sección de opinión.

La cuantificación de las secciones de los medios donde la población enfocada por este estudio se encuentra en la ilustración 4. Se evidencia un alto peso estadístico de la sección de opinión ya que un total del 20.83% de las menciones halladas en este estudio se dieron en esta misma. En estos casos específicos se encontró que se hacía una reflexión en torno a estos rangos de edad o se comentaban políticas públicas que tuvieran relación con los adultos mayores. Lo siguió la sección de tendencias, y mundo, dejando la posición de Colombia como sección en el cuarto lugar, identificando así que la sección de mundo produce más notas con identificadores relacionados a los adultos mayores que el mismo país de estudio.



*Ilustración 4,
realización propia*

En este análisis se evidenció un aumento del tema dentro de las secciones de tendencias, que brindan una luz de que es un tema que está cobrando relevancia, sin embargo, como bien menciona Rendón, esto puede ser debido a que, en el fondo, la publicación o no de una noticia también depende de “la cantidad de personas a las que le puede importar, no la población, sujeto de estudio. (...) no quiere decir eso, que esa sea la

noticia más importante en sí, pero va porque está afectando a 2'000,000 de pensionados que se ganan el mínimo.” dando a entender que es un criterio importante la cantidad de adultos mayores que hay en Antioquia, en este caso, a la hora de decidir si algo se publica. Sin embargo, el análisis que se hace de esta situación desde la construcción de políticas públicas que se ha dado, evidencia según el doctor Germán Ayala Osorio, politólogo con experticia en medios de comunicación, que “la imagen de los adultos mayores en las sociedades occidentales, como la nuestra, se reduce a “cuidar nietos” debido a que, envejecer en Occidente y en Colombia, especialmente, es sinónimo de deterioro, es sinónimo de problemas y de enfermedad y no se asocia a sabiduría o experiencia”.

Los criterios de selección de los medios muchas veces dependen o versan sobre la cantidad de personas afectadas o impactadas por determinado hecho y no en sí con un foco puesto en los grupos poblacionales particulares que crean dichos hechos, pues Rendón menciona que “¿Por qué uno va a sacar al adulto mayor del resto de la comunidad, cierto? Pues porque tenemos todas las mismas necesidades como comunidad.”, resaltando al final del día, que el cómo se aborda dependerá del rol que determinada comunidad le dé a esta población etaria, en el caso de Antioquia se da a entender la importancia del adulto mayor como parte activa del tejido social paisa.

El presente estudio aborda una rama de la comunicación poco estudiada desde diversas aristas y que deja en evidencia la necesidad que se profundice y realice un mayor número de investigaciones en torno al tema, con el fin de ir supliendo el vacío académico que existe con el propósito de construir y poner en el ojo de los medios a una población que como bien se ha mencionado, eventualmente será la más prevaleciente en la sociedad.

Los resultados de la presente investigación dejan en evidencia que la población de las personas mayores no ocupa un gran espacio en la construcción de la agenda informativa, sin embargo, la región de Antioquia ha ido comprendiendo dicha mecánica, situación que se evidencia en que sea El Colombiano el medio donde más apariciones tiene esta población, lo cual puede deberse a que sea un departamento con un incremento alto de la población de adultos mayores, dado que el DANE, indicó que para 2021 Antioquia tenía un 15% de adultos mayores, un 2% más que el promedio nacional (DANE, 2021).

Una hipótesis, que surge de este estudio y que se propone para ser profundizada en estudios posteriores es la correlación de redactores de esta población y el aumento del cubrimiento noticioso. Si bien en el presente estudio no es evidente este punto, por ahora se encontró que la revista Cambio al tener más redactores pertenecientes a esta población podría esperarse que aportara un mayor cubrimiento informativo sobre esta población. Sin embargo, esto no sucede, dado que presenta nueve apariciones, superando al El Tiempo tan solo en tres y estando por debajo de El Colombiano solo en dos. Lo sí se evidenció en este estudio es una correlación de la edad de los columnistas y el aumento de presencia del tema en la sección de opinión de manera que no se descarta que la participación de editores de este grupo en esa sección haya sido la causa de dicho aumento.

La gran mayoría de las apariciones informativas que se registraron en los medios informativos sobre esta población correspondieron a temas sociales y/o políticos, son bien denominadas acorde a los lineamientos que brinda el gobierno nacional en su gran mayoría.

Sin embargo, aún se presentan en el cubrimiento informativo denominaciones como “abuelo”, “anciano” o “viejo”, palabras que hacen parte del marco de estereotipos pues no toda persona de la tercera edad debe necesariamente ser abuelo, generando una violencia simbólica sobre aquellas personas de este grupo etario que no son abuelos, y

creando con ello una visión errada sobre la población, bajo el entendido de que como lo medios son creadores de sociedad, por ejemplo en un medio hable de “abuelos” y se diga que son personas mayores de 65 años, automáticamente se cree en el pensar colectivo un imperativo que implique que toda persona mayor de 65 años es un abuelo.

De igual forma, aplicar la palabra ancianos y viejos, como formas de identificar a los adultos mayores, son connotaciones negativas, que homogeneizan a una población que varía. La palabra anciano según la RAE implica ser una “persona con mucha edad” y la palabra viejo es “deedad avanzada”, en ambos casos implica asumir de una u otra forma que tener determinados años es cumplir con una serie de requisitos que entran a llenar un constructo social que homogeniza a una población que es heterogénea, ejemplo claro de ello es asumir que todas las personas en edad avanzada, tiene pensión, o bien que todas las personas que llegan a una edad avanzada tienen cierta codependencia hacia otras, entre muchos otros constructos erróneos que se crean a partir de lo que los medios de comunicación identifican en sus notas como característico de esta población.

Del análisis realizado previamente, una de las temáticas que más se evidencian en la recolección de noticias que hablaban de personas adultos mayores implicaban temas pensionales¹. Con esta referencia se refuerza el estereotipo de que esta temática es propia de las personas que alcanzan la edad requerida para la adquisición de este derecho, dejando de lado el valor que tiene este tema para el futuro de la ciudadanía. También se encontró que, en gran parte de las notas estudiadas, se evidencia un rol de victimismo y proteccionismo por parte del Estado hacia esta población. Sobre el primer aspecto, victimismo, un ejemplo es la nota que apareció en Cambio en donde se hace la siguiente aseveración “donde un contingente de soldados norteamericanos asesinó en una mañana a más de 500 aldeanos survietnamitas indefensos, en su mayoría mujeres, ancianos y niños.” (Iriarte Núñez, 2023) Otro ejemplo muestra como en una nota de El Tiempo, tras la crisis del transporte aéreo causado por la situación económica de Viva Air, los adultos mayores fueron incluidos junto con los niños pequeños como personas vulnerables de manera categórica, sin describir o tener en cuenta la verdadera situación de las personas que ahí se encontraban (Avendaño & Lesmes, 2023). Sobre el segundo aspecto, proteccionismo, un ejemplo en la revista Cambio en la cual se asegura que “De igual manera, el experto aseguró que se deben hacer intervenciones que prioricen estas acciones para beneficiar a: “personas con enfermedades respiratorias, cardiovasculares, niños menores de 5 años y adultos mayores.” (Redacción Cambio, 2023). Esta representación homogénea de esta población, creando sesgos y profundiza los prejuicios y estereotipos que afectan el papel social. Se profundiza el estereotipo de ser una población que no es productiva económicamente o es víctima.

Resultado de este trabajo se proponen las siguientes recomendaciones a los medios informativos y a los periodistas que cubren temas en los que se incluye a la población adulta mayor para no profundizar los estereotipos y la exclusión. La primera recomendación es identificar a la población adulta mayor como una población heterogénea. Esto implicaría usar ejemplificaciones en historias que no victimice a esta población o en la que sean representados como receptores “naturales” de cuidados y de acciones de cuidado por parte del Estado. Un ejemplo de esto, podría ser que al contar una historia sobre la importancia de la educación el personaje sea una persona adulta mayor, quien a

¹ Tal como aparece en Cambio: “la pensional para que ningún viejo muera de frío en la calle(…)” (Revista Cambio, 2023)

una edad avanzada, haya decidido iniciar o continuar sus estudios, reconociendo que no lo hace por el interés exclusivo de obtener un título, sino bien por la necesidad y relevancia que tiene el poder del conocimiento a cualquier edad, impactando con ello seguramente no solo a su población sino a rangos etarios diversos, modificando ese rol de “inutilidad” que muchas veces le adiciona la sociedad a los adultos mayores.

La segunda recomendación está encaminada a la disminución de la profundización de estereotipos. historias de vida de personas que se encuentran en los rangos de adulto mayor, pero que viven de maneras diversas, evidenciando que no son todas iguales. En este sentido podría hablarse de que “María” una mujer de 65 años es pensionada, abuela de 3 niños y dedica sus tardes a cuidarlos. “Juana” en su contra parte, con la misma edad, dedica su vida a la danza y viaja por el mundo sola, ambas historias puestas por ejemplo en una nota sobre gestión de la economía del hogar, evidenciaría estilos de vida y modelos de gestión económica de personas mayores que son opuestos. Esta evidenciación de la inexistencia de patrones en esta población permite que se disminuyan estereotipos etarios que parten de representaciones y construcciones sociales que se brindan, por parte de los medios de comunicación, desde una lectura de homogenización de actividades, problemas y respuestas sociales de esta población.

Asimismo, vale la pena destacar la inclusión de los adultos mayores como participantes activos de la sociedad en contextos como el financiero, situación que se puede observar en notas como la publicada por El Colombiano, titulada “Rappi también competirá en el mercado de las cuentas de ahorros” (Vargas, 2023). Ahora, sería positivo si además de mencionar a los adultos mayores como parte activa también se ahonde en las situaciones particulares de este grupo etario en el contexto de la noticia.

Finalmente, una última recomendación de abordaje va dirigida a la erradicación de una imagen paternalista. Los medios de comunicación y los periodistas deben construir modelos comunicacionales más neutros, en los que se muestra la valoración positiva del papel que cumplen en la sociedad y de la diversidad de demandas situacionales que. Si bien es cierto que una amplia población adulta mayor de nuestro país se beneficia de diversos programas, subsidios o medidas de protección, etc., otra parte no lo hace. Evidenciar esto promoverá la idea de que todos los adultos mayores no se favorecerán de la misma forma sobre una misma medida expedida por los entes estatales y por esto se deben establecer medidas situadas para cada subgrupo en el gran grupo poblacional de adulto mayor.

Es por ello que, se propone incluir explicaciones científicas detalladas que divulguen cómo una situación particular afecta diferenciadamente a esta población. Por ejemplo, en la nota titulada “Qué pasa con la calidad del aire en la capital” (Redacción Cambio, 2023), explica que después de los 60 años se empieza a perder mayor capacidad pulmonar, evidenciando por parte de la redacción la razón científica que respalda la diferenciación que se realiza hacia esta población partiendo de generalidades biológicas. Esto debido a que, como tal la edad muchas veces no implica que se vaya a ver más afectado por una situación particular, es posible que confluyan diversos factores, como en el tema de capacidad pulmonar, que no depende solo de la edad sino también del sexo, la talla o incluso el grupo étnico.

Es así como, al momento de redactar se deben buscar estrategias que minimicen el impacto que los medios de comunicación tienen sobre la construcción de la representación

social de una población, esto ayudaría a mejorar las relaciones sociales, promoviendo la eliminación de sesgos, prejuicios y estereotipos, que generan diferencias etarias entre todas las personas, pensando siempre en que eventualmente seremos parte de esa población de adultos mayores que merecen ser reconocidos desde la igualdad y no desde la discriminación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Águila-Coghlan, J. C., & Gaitán Moya, J. A. (2013). El encuadre (framing) de las noticias de la televisión Española sobre la cumbre del cambio climático en Cancún. *Universidad Complutense de Madrid*, 20. https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-06-18-Aguila_Gaitan_Encuadre_Tarragona.pdf
- Asale, R.-, & Rae. (2024a). *Abuelo, abuela* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/abuelo>
- Asale, R.-, & Rae. (2024b). *Anciano, anciana* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/anciano>
- Asale, R.-, & Rae. (2024c). *Viejo, vieja* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/viejo>
- Avendaño, P. & Lesmes, L. (2023, Febrero 27). Viva Air suspende sus operaciones de forma inmediata: conozca las razones. <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/viva-air-suspende-sus-operaciones-de-vuelos-de-forma-inmediata-745753>
- Bedoya, Y. (2019). *Los nuevos dueños del periódico El Colombiano—Canal 1*. <https://canal1.com.co/noticias/nacional/los-nuevos-duenos-del-periodico-el-colombiano/>
- Begoña Gutiérrez, Rodríguez, M. I., & Gallego, M. D. C. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 268-285. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0120-48232010000200017&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Carrasco-García, M. Á., & Cárcamo-Ulloa, L. (2020). Representaciones sociales del envejecimiento en Chile: Cuando las noticias distorsionan, desinforman y enferman. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(9), 55-69. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4110856>
- CEPAL. (2022). *Envejecimiento en América Latina y el Caribe: Inclusión y derechos de las personas mayores*.
- Colprensa. (2023). *Ernesto Samper renunció al Partido Liberal para dedicarse a manejar su propia colectividad*. <https://www.elcolombiano.com/colombia/expresidente-ernesto-samper-renuncio-al-partido-liberal-para-dedicarse-a-su-propio-partido-ID22561966>
- Colprensa - EFE. (2024). *Sarmiento ya es dueño del 100% del diario El Tiempo*. https://www.elcolombiano.com/historico/sarmiento_ya_es_dueno_del_100_del_diario_el

[tiempo-HVec_184030](#)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2005). *Cambios en la estructura poblacional: Una pirámide que exige nuevas miradas* (2005.^a ed.). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/37301-cambios-la-estructura-poblacional-piramide-que-exige-nuevas-miradas>

DANE (2021). *Personas mayores en Colombia: Hacia la inclusión y la participación*. 1-54. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/nov-2021-nota-estadistica-personas-mayores-en-colombia.pdf>

De Andrés, S., & Maestro, R. (2014). Análisis crítico del discurso publicitario institucional/comercial sobre las personas mayores en España. *Comunicar*, XXi(42), 189- 197. <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-19>

Espinosa Valderrama, A. (2014, abril 24). *Los principios que defiende EL TIEMPO, un legado de Eduardo Santos*. <https://web.archive.org/web/20140424084235/http://m.eltiempo.com/politica/eduardo-santos-y-el-tiempo/8806246>

Fairhurst, G., & Saar, R. (1996). *The Art of Framing: Managing the language of leadership* (1era

ed.). Jossey-bass.

Fecolper. (2024a). *El Colombiano – De quién son los medios*. <https://www.monitoreodemedios.co/el-colombiano/>

Fecolper. (2024b). *El Tiempo – De quién son los medios*. <https://www.monitoreodemedios.co/el-tiempo/>

Fernandez, A. O., & Puca Molina, S. (2021). Estereotipos y miradas de los Adultos Mayores en los medios de comunicación. *Revista Compromiso Social*, 5. <https://doi.org/10.5377/recoso.v3i5.13035>

Iriarte Núñez, G. (2023, enero 24). Se cumplen 50 años de la derrota de Estados Unidos en Vietnam. *Cambio*. <https://cambiocolombia.com/internacional/se-cumplen-50-anos-de-la-derrota-de-estados-unidos-en-vietnam>

Las dos orillas. (2021, mayo 23). *La periodista Patricia Lara y su hijo Federico Gómez lanzarán portal periodístico*. <https://www.las2orillas.co/la-periodista-patricia-lara-y-su-hijo-federico-gomez-lanzaran-portal-periodistico/>

Ley 2055 De 2020, Proyecto de Ley 137/2019, Congreso de Colombia ordinaria (2020). <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=141981>

Ministerio de Salud. (2018). *Cartilla de Buen trato adultos mayores*. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/cartilla-buen-trato-adultos-mayores.pdf>

Ministerio de Salud, C. (s. f.). *Envejecimiento y Vejez [Oficial- Ministerio de Salud]. Comunicaciones*.

<https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/promocion-social/Paginas/envejecimiento-vejez.aspx>

Ministerio para la Transición Ecológica. (2022). *La teoría de las representaciones sociales*.

- España,
34-44.
https://www.miteco.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/87506_6.pdf
- Nations, U. (2024). *Envejecimiento | Naciones Unidas*. United Nations; United Nations.
<https://www.un.org/es/global-issues/ageing>
- Organización Panamericana de la Salud. La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores como herramienta para promover la Décadadel Envejecimiento Saludable. Washington, DC: OPS; 2023. Disponible en: <https://doi.org/10.37774/9789275326947>
- Organización Panamericana de la Salud. La situación sociodemográfica de las personas indígenas en América Latina y el Caribe. Análisis en el contexto del envejecimiento y la COVID-19. Washington, DC: OPS; 2023. Disponible en: <https://doi.org/10.37774/9789275326473>
- Organización Mundial de la Salud, O. (2022, octubre 1). *Envejecimiento y salud*. Centro de prensa.<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- Organización Panamericana de la Salud. (2023). La OPS y sus socios lanzan una serie de informes para apoyar las estrategias de envejecimiento saludable en las Américas. *Noticia*.<https://www.paho.org/es/noticias/17-4-2023-ops-sus-socios-lanzan-serie-informes-para-apoyar-estrategias-envejecimiento>
- Pavez, A., Pallavicini, P., & Baeza, C. (2021). Representación social y ciudadanía del adulto mayor en el tiempo de Covid-19. *VI Congreso Chileno de Salud Pública y VII Congreso Chileno de Epidemiología*. Equidad en salud para una Sociedad en Creciente Complejidad, Chile. <https://doi.org/10.5867/Medwave.2021.S2.SP30>
- Perdomo García, V. (2022). *Colombia | Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/colombia>
- Piña Osorio, J. M., & Cuevas Cajiga, J. (2004). La teoría de las representaciones sociales: Su uso en la investigación educativa en México. *Perfiles Educativos*, 26(105-106). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982004000100005#
- Polo democrático. (2019). *Misión y Visión—Partido Polo democrático*.<https://www.polodemocratico.net/mision-y-vision/>
- Rayén Condeza, A., Bastías, G., Valdivia, G., Cheix, C., Barrios, X., Rojas, R., Gálvez, M., & Fernández, F. (2016). Adultos mayores en Chile: Descripción de sus necesidades en comunicación en salud preventiva. *Cuadernos.info*, 38, 85-104. <http://www.cuadernos.info>doi: 10.7764/cdi.38.964
- Red Latinoamericana de Gerontología. (2015, enero 13). *Viejo: Palabra que merece dignidad y respeto*. <https://www.gerontologia.org/portal/information/showInformation.php?idinfo=3121#>
- Redacción Cambio. (2023, febrero 24). Qué pasa con la calidad del aire en la capital. *Cambio*. <https://cambiocolombia.com/pais/que-pasa-con-la-calidad-del-aire-en-la-capital>
- Rendón, O. P. (2023, diciembre 12). *Investigación representación de la tercera edad en los medios de comunicación colombianos* [El Colombiano].

- Revista Cambio. (2023, enero 24). La guerra fría entre el gobierno y la oposición por el 14 de febrero. *Cambio*. <https://cambiocolombia.com/poder/la-guerra-fria-entre-el-gobierno-y-la-oposicion-por-el-14-de-febrero>
- Salazar-Norambuena, C. (2021). COVID-19 y personas mayores: Representaciones sociales en el Ministerio de Salud de Chile1. *Anthropologica*, 39(47), 221-244. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.202102.008>
- Vargas, D. (2023, febrero 25). *Rappi también competirá en el mercado de cuentas de ahorros* - El Colombiano, 17.
- Vives Barceló, M., Sánchez-Prieto, L., & Torres Olías, M. (2020). Consumo televisivo y autopercepción en las personas mayores. *Gerokomos - Revisiones*, 21(2), 92-97. <https://scielo.isciii.es/pdf/geroko/v31n2/1134-928X-geroko-31-02-92.pdf>
- World Population Prospects—Population Division—United Nations. (2022). <https://population.un.org/wpp/Graphs/DemographicProfiles/Line/900>