

Albacete, 12, 13 y 14 de abril

FORMULARIO DE COMUNICACIONES X Congreso Nacional de Organizaciones de Mayores 13 de abril de 2011

1. Nombre y Apellidos

María Eugenia Polo González

2. Entidad	
Dirección: Facultad de Comunicación.	
Población/Provincia:	Código Postal:
Cargo del Comunicante: Profesora encargada de cátedra de la Facultad de	
Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca	
Teléfono:	Fax:
Correo electrónico:	
Página Web:	

3. Título de la Comunicación

Comunicar la edad como suma, y no como resta, mejora la calidad de vida

Nota: Si no se cumplimentan todos los datos del formulario, no se dará por aceptada la comunicación



Albacete, 12, 13 y 14 de abril

4. COMUNICACIÓN

La calidad de vida es un ingrediente insustituible de lo que se ha bautizado como envejecimiento activo. Tal y como sostiene Zamarrón (2007), en estas más de dos décadas "ha surgido un nuevo paradigma del envejecimiento que se ha llamado, entre otros: *saludable* (OMS, 1990), *buen envejecer* (Fries, 1989), *competente* (Fernández-Ballesteros, 1996), *con éxito* (Rowe y Kahn, 1987; Baltes y Baltes, 1990) o *activo* (OMS, 2002)".

El concepto ha experimentado una evolución, "desde la definición de la OMS de 1990 del *envejecimiento saludable* (centrado en la salud), hacia un modelo mucho más integrador, como el de *envejecimiento activo* (OMS, 2002)". Este último se define como "*el proceso de optimizar las oportunidades de salud, participación y seguridad en orden a mejorar la calidad de vida de las personas que envejecen*".

En la consecución de la calidad vital existe un ejercicio de corresponsabilidad entre instituciones, políticos, las propias personas mayores y, por supuesto, los medios de comunicación, como altavoces sociales.

Si bien la edad tiene cuatro dimensiones: cronológica, biológica, psicológica y social, por lo que respecta a las dos últimas, no cabe duda de que la autopercepción está muy influida por lo que se dice de nosotros. Y en ese punto descansa, en gran parte, el compromiso de los medios de comunicación. "Somos las únicas criaturas de la tierra que podemos cambiar nuestra biología en función de lo que pensamos y sentimos, ya que nuestras células escuchan a nuestros pensamientos y se ven modificados por ellos" (González Martín, 2009). Pero esta tarea individual necesita un empujón externo propulsado, entre otros, por los 'media'.

En la gran mayoría de las ocasiones el discurso que transmiten es castrante, como si el cumplir años equivaliera a morir en vez de convertirse en un sinónimo de vida. Lo expresa a la perfección el humorista Quino: "Se debería empezar muriendo y así ese trauma quedaría superado. Luego te despiertas en un hogar de ancianos mejorando día a día. Después te echan de la residencia porque estás bien y lo primero que haces es cobrar tu pensión. Luego, en tu primer día de trabajo te dan un reloj de oro. Trabajas 40 años hasta que seas bastante joven como para disfrutar del retiro de la vida laboral. Entonces vas de fiesta en fiesta, bebes, practicas el sexo, no tienes problemas graves y te preparas para empezar a estudiar. Luego empiezas el cole, jugando con tus amigos, sin ningún tipo de obligación, hasta que seas bebé. Y los últimos 9 meses te pasas flotando tranquilo, con calefacción central, 'roomservice', etc.

etc.. Y al final... Página 1 de 4



Albacete, 12, 13 y 14 de abril

¡Abandonas este mundo en un orgasmo!".

Otro ejemplo, y en este caso sin ningún atisbo de humor, sino por convicción absoluta, es el que encarna el director, quionista, actor, músico y escritor neoyorkino Woody Allen (Creamer, 2010): "Envejecer no ofrece ninguna ventaja. Por el contrario, te quedas sordo, te indigestas y te afeas. Mal negocio. Les doy un consejo: si pueden, no envejezcan. No tiene nada de romántico ser el abuelo de la historia. Es mejor ser el galán y quedarse con la chica". Estas palabras, pronunciadas en mayo del año pasado en torno a la presentación de su película 'Conocerás al hombre de tus sueños', podrían aplicarse al quehacer diario de los medios de comunicación, que parecen obsesionados en mostrar al mundo que la vejez, el cumplir años, resta en lugar de sumar. Y es que "en líneas generales, prefieren vender un pesimismo vital, las penurias cotizan al alza, mediáticamente hablando. No han hecho un esfuerzo por asomarse al escenario real de la vida, con lo que se prodiga la imagen de que cuando el mayor se jubila le entra una 'pájara vital', cuando en realidad la única diferencia es que se dedica a otros quehaceres, más allá de los estrictamente laborales. Se les abre un mundo de posibilidades inmenso" (Polo González, 2011).

Los mayores del siglo XXI nada tienen que ver con los de décadas pasadas, por eso sorprende que el mensaje que se transmite, salvo honrosas excepciones, haya variado tan poco. Estamos ante la generación de mayores más formada de la historia, con mayor poder adquisitivo y con ganas de aprender, viajar... Eso sin mencionar su permanente disponibilidad, tanto a escala familiar como social, con las tareas de voluntariado cada vez más pujantes. De ahí que me haya atrevido a bautizarlos como los 'banqueros de nuestro tiempo'; lo entregan todo sin ningún tipo de interés.

Es muy posible que cuando las relaciones intergeneracionales se normalicen podamos hablar de calidad de vida sin distingos de edad. El curso pasado, en una asignatura que tuve el placer de impartir a un grupo cuarenta jóvenes mayores (en el marco У Experiencia de la Interuniversitario de la Universidad Pontificia Salamanca), uno de los alumnos hacía la siguiente reflexión: "Fueron como nosotros, seremos como ellos. ¿De verdad somos tan diferentes? Ángel Reyes Lemus, un joven mayores". (http://www.youtube.com/view_play_list?p=106005D226A88D51).

Está claro que iniciativas para el fomento de la calidad de vida de los mayores existen, y afortunadamente, cada vez más. Otra cosa bien distinta es que se difundan todo lo que debieran. Como muestra de acciones loables 'mediáticas' tendentes a demostrar las bondades de ser mayor, con calidad de vida, podrían citarse algunos ejemplos, pero bastarían dos por el hecho de hilar no solamente el envejecer con el vivir, sino por hacerlo dentro del

lenguaje propio de nuestro



Albacete, 12, 13 y 14 de abril

tiempo. El primero, y más reciente, es el excelente 'lipud' o vídeo musical que se hizo para dar a conocer las instalaciones del centro de mayores Benito Martín Lozano, del distrito Centro de Madrid. Los cerca de 300 actores son los propios mayores que disfrutan de las instalaciones del ayuntamiento madrileño en el barrio de Malasaña. "Lo pasamos fenomenal grabando el vídeo", dice Pepe, de 86 años. Merece la pena ver la experiencia en el siguiente enlace: http://www.elmundo.es/elmundo/2010/11/02/madrid/1288717881.html

Asimismo, no se puede dejar de mencionar el documental musical 'Corazones rebeldes' (estrenado en 2007), protagonizado por un coro de Nueva Inglaterra, compuesto por personas mayores cuya edad media se sitúa en los 80 años, que interpreta canciones modernas, pop y rock. En su gira se anunciaban como "Mayores" portándose mal". Tanto la iniciativa en sí como la acertadísima idea de llevarla al cine ha contribuido a difundir el aumento de la calidad de vida de los participantes. En 109 minutos que dura la cinta queda patente cómo la ilusión y las ganas de vivir pueden el pulso a los problemas acusados de salud, en algunos casos. Como decía M. Torreiro en 'Fotogramas', "una soberbia lección de vida". Tal y como sostiene Thomas Chalmers, "la dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar". Si los medios de comunicación centrarán sus esfuerzos en la difusión de las tantísimas experiencias de personas mayores que protagonizan esos 'mandamientos vitales' hoy en día, contribuirían, sin lugar a dudas, a aumentar la calidad de vida. Tanto es así que todos desearíamos hacernos mayores, en lugar de tener miedo a ese fantasma de envejecer.

Bibliografía:

- Bécares, R. (2010): "Los mayores del centro de día Benito Martín, al ritmo de los 'Blues Brothers'. En http://www.elmundo.es/elmundo/2010/11/02/madrid/1288717881.html
- Creamer, D. (2010): "Envejecer, mal negocio: Woody Allen" En http://www.jornada.unam.mx/2010/05/21/index.php?section=espectacul os&article=a44n1esp
- González Martín, F.J. (2009): *Envejecer es bueno para la salud*. Erasmus Ediciones, Barcelona.
- Polo González, M.E. (2001): "Los medios no han hecho un esfuerzo por asomarse al escenario real de la vida". En *Nosotros. Los mayores del siglo XXI*, nº 129, enero-febrero, pg. 7.
- Zamarrón Cassinello, M.D. (2007): "Envejecimiento activo". En http://www.infocop.es/view_article.asp?id=1540.