

**ELS PERIODISTES DE LES
ILLES BALEARS DAVANT L'ENVELLIMENT
I LES PERSONES GRANS**

Els periodistes de les Illes Balears davant l'envelliment i les persones grans

Natàlia Blanes Quist

Resum

Aquest article presenta una primera aproximació a la visió que tenen els periodistes i altres professionals d'empreses i departaments de comunicació de les Illes Balears sobre les persones grans i l'envelliment com a matèria dels continguts informatius i d'opinió. L'Organització de les Nacions Unides (ONU) i, dins d'aquest organisme intergovernamental, l'Organització Mundial de la Salut (OMS), així com la plataforma AGE Europe i les principals institucions i entitats privades de defensa dels drets de la gent gran d'Espanya, promouen campanyes per fomentar l'envelliment actiu de la població i lluitar contra la discriminació per edat o edatisme.

Per a aquests objectius, és imprescindible la conscienciació i la col·laboració dels mitjans de comunicació d'arreu, atès el seu paper fonamental en la configuració de la imatge social de les persones grans. Una imatge social inadequada o, directament, negativa i estereotipada, com la que predomina en el cas de les persones grans, és un obstacle per al ple desenvolupament dels drets humans i democràtics dels ciutadans d'edat avançada.

Cal caminar cap a la conformació d'una imatge positiva i real de l'envelliment i dels grans i això no s'aconseguirà sense els periodistes. Ara bé, la mateixa gent gran també té la seva responsabilitat en aquest procés, tal com s'explica a l'article.

El present treball inclou, igualment, una petita guia per a periodistes i mitjans de comunicació que els pot orientar per informar més i millor, amb una mirada més acurada i real, sobre la gent gran i l'envelliment humà.

Resumen

Este artículo presenta una primera aproximación a la visión que tienen los periodistas y otros profesionales de empresas y departamentos de comunicación de las Islas Baleares sobre las personas mayores y el envejecimiento como materia de los contenidos informativos o de opinión.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) y, dentro de este organismo intergubernamental, la Organización Mundial de la Salud (OMS), así como la plataforma AGE Europe y las principales instituciones y entidades privadas de defensa de los derechos de las personas mayores de España, están promoviendo campañas para fomentar el envejecimiento activo de la población y luchar contra la discriminación por edad o edadismo.

Para estos objetivos, es imprescindible la concienciación y colaboración de los medios de comunicación de todos los ámbitos, dado su papel fundamental en la configuración

de la imatge social de las personas mayores. Una imatge social inadecuada o, directament, negativa y estereotipada, como la que predomina en el caso de las personas mayores, es un obstáculo para el pleno despliegue de los derechos humanos y democráticos de los ciudadanos de edad avanzada.

Hay que caminar hacia la conformación de una imatge positiva y real del envejecimiento y de las personas mayores y esto no se conseguirá sin los periodistas. Ahora bien, las propias personas mayores también tienen su responsabilidad en este proceso, tal como se explica en el artículo.

El presente trabajo incluye, igualmente, una pequeña guía para periodistas y medios de comunicación que los puede orientar para informar más y mejor, con una mirada más precisa y real, sobre las personas mayores y el envejecimiento humano.

1. Els mitjans de comunicació i el canvi demogràfic

El lector que té posada la mirada sobre aquestes línies escrites probablement arribarà a ser una persona gran, si no ho és ja i si no s'hi interposa cap malaltia o accident. És factible, també, que sigui gran durant molts d'anys, bastants més que els seus predecessors. Com voldria que el reflectissin els mitjans de comunicació en aquesta etapa de la vida? Possiblement, no com es fa actualment.

És estrany trobar consensos, però n'hi ha, fins a un nivell important, sobre la consideració com a estereotipada (negativament), estigmatitzada i insuficient pel que fa a la imatge que es projecta de la gent gran i l'envel·liment als mitjans de comunicació social, tant en missatges escrits i orals com en fotografies i emissions televisives.

És això adequat i justificable si es té en compte que entorn d'un 21% de la població de les Illes Balears té 65 anys o més? El darrer padró publicat per l'Institut d'Estadística de les Illes Balears (IBESTAT) en el moment de redactar aquest article, de dia 1 de gener de 2020, fixava en 1.171.543 el nombre de persones censades a l'arxipèlag. D'aquestes, 247.289 tenien 65 anys o més.

Aquest canvi demogràfic és un desafiament per a tots, inclosos els periodistes i els mitjans per als quals treballen. El repte és polièdric i abasta des dels drets humans i la integració fins a la disponibilitat de recursos i serveis, el canvi del mercat laboral, el pes del consum i l'ajustament de la imatge social de la gent gran a la realitat.

En aquest punt, el de la imatge social, els mitjans de comunicació hi tenen una gran responsabilitat. De moment, però, els professionals de la informació i la comunicació semblen bastant al marge de la qüestió, exceptuant-ne alguns casos concrets. L'assumpte és absent, per norma, dels llibres d'estil de mitjans escrits, orals i gràfics.

2. Crida a l'acció de l'ONU

L'Organització de les Nacions Unides ha declarat el decenni 2021-2030 com la Dècada de l'Envel·liment Saludable, i l'Organització Mundial de la Salut reclama un esforç en formació per evitar falses concepcions sobre l'envelliment. Els periodistes, dins d'aquest nou paradigma, són peces clau pel seu poder per conformar i difondre missatges i imatges.

El concepte d'edatisme ha estat declarat com a «desafiament global» per l'ONU. En què es basa l'organització intergovernamental mundial per fer aquesta afirmació? Doncs en les evidències recollides a *l'Informe mundial sobre l'edatisme*, emès el març de 2021 per l'OMS, l'Oficina de l'Alt Comissionat de les Nacions Unides pels Drets Humans, el Departament d'Assumptes Econòmics i Socials de les Nacions Unides i el Fons de Població de les Nacions Unides.

Part de la campanya mundial contra l'edatisme és un fullet que determina que «l'edatisme es refereix als estereotips (com pensam), els prejudicis (com ens sentim) i la discriminació (com actuam) cap a les persones en funció de la seva edat. Pot ser institucional, interpersonal o autoinfligit». I ens recorda que, globalment, «una de cada dues persones són edatistes contra les persones grans», així com que l'edatisme és present en sectors de la societat com els mitjans de comunicació.

Quan afecta les persones grans, la discriminació per edat té conseqüències greus i directes sobre la seva salut. De fet, l'informe conclou que «l'edatisme s'associa amb una menor esperança de vida, una salut física i mental més deficient, una recuperació més lenta de la discapacitat i un deteriorament cognitiu». Tot això impacta negativament sobre la qualitat de vida de la gent gran, augmenta el seu aïllament i soledat, coarta la seva sexualitat i pot incrementar el risc que pateixin abusos o maltractaments.

El terme edatisme va ser encunyat l'any 1969 pel psiquiatre estatunidenc Robert Butler per referir-se a la discriminació sistemàtica de la gent pel fet de ser gran. Va emprar la paraula públicament per primer cop en una entrevista concedida al *Washington Post*. El mateix any, el terme en anglès, *ageism*, va ser inclòs a l'*Oxford English Dictionary*.

Ni al *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia de la Lengua (RAE) ni al *Diccionari de la Llengua Catalana* de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC) hi figuren ni 'edadismo' ni 'edatisme', respectivament, com a entrades en el moment de publicar aquest article.

3. Què pensen els periodistes de les Illes Balears?

Ateses totes aquestes evidències, és desitjable i esperable una acció o reacció per part dels mitjans de comunicació d'arreu. Això inclou, evidentment, els mitjans de les Illes Balears. Però, potser, això requereix d'una petita empenta i una mica (o bastant) de temps. Aquesta és la motivació del present article, juntament amb el convenciment que s'ha de pensar globalment però actuar localment.

Durant el mes de maig de 2021, s'ha dut a terme una enquesta adreçada a periodistes que exerceixen a les Illes Balears. Un total de 83 professionals hi han participat contestant un qüestionari titulat *Els periodistes de les Illes Balears davant l'envelliment*, basat en 23 preguntes tancades i obertes sobre la seva actitud envers els continguts relacionats amb l'envelliment i la gent gran.

Dels 83 periodistes participants, el 51% han estat homes i el 49% dones, amb edats compreses entre 24 i 63 anys. El 71% són treballadors en actiu per compte aliè, mentre que un 20% són autònoms, i la resta, aturats o jubilats. El grup més nombrós (un 30%) fa feina en premsa diària impresa o digital, mentre que prop d'un 13% treballa en premsa no diària impresa o digital.

El grup següent amb més representants treballa a la televisió (29%) i a la ràdio (un 19%), mentre que un 11% fa feina en ambdós mitjans. Un 15% desenvolupa la seva tasca a les xarxes socials i un 24% ocupa actualment un càrrec de responsabilitat en un gabinet de comunicació intern o extern o es dedica a l'assessoria en comunicació.

Demanats sobre qui o què té més poder per conformar la imatge de les persones grans a la societat, un 46% dels enquestats considera que són els mitjans de comunicació els que hi tenen un paper preponderant. La resta ho reparteix entre la família (24%), la publicitat (19%), l'escola (6%) i els amics (5%).

Quant als termes o conceptes que més relacionen amb la gent gran, queda palès que els predominants són els que tenen connotacions negatives, com ara dependència, soledat, malaltia o deteriorament. Cap dels periodistes no ha marcat l'opció de treball professional, i pràcticament ningú, la de benestar econòmic o vitalitat.

Taula 1 | *Paraules relacionades amb la gent gran*

Paraula	%vots	Nombre de vots
Dependència	72,80%	59
Soledat	74,10%	60
Vitalitat	12,30%	10
Oci actiu	23,50%	19
Aïllament	32,10%	26
Malaltia	44,40%	36
Pobresa	12,30%	10
Treball professional	0%	0
Viatges	18,50%	15
Benestar econòmic	6,20%	5
Deteriorament	42%	34
Plenitud	12,30%	10

Aclaparador és el «no» quan els demanen si consideren que les persones grans estan suficientment o correctament representades als mitjans de comunicació. Un 84% dels periodistes que han respost el qüestionari troben que la gent gran està insuficientment representada als mitjans, i fins a un 74% reconeix que la representació d'aquest col·lectiu és incorrecta.

A més a més, un 95% ha contestat que els missatges i imatges negatius són els més habituals en relació amb l'envelliment i la gent gran, enfront d'un 5% que afirma que predominen els positius. És destacable també el grau de consens (81,3%) a l'hora de considerar necessari actualitzar els bancs de fotografies i vídeos d'estoc en els quals apareixen persones grans.

Taula 2 | *Cal actualitzar els bancs de fotos i vídeos d'estoc?*

	%vots	Nombre de vots
Sí	81,30%	65
No	18,80%	15

Hi ha certa assumpció de responsabilitat, si no personal almenys sí com a col·lectiu, quant al pes que tenen les imatges de la gent gran projectades pels mitjans de comunicació sobre les actituds, expectatives i comportaments de la població en conjunt. En una escala de l'1 al 5, en què 1 és «gens» i 5 «molt», la majoria ha fixat el nivell entre el 4 i el 3.

Taula 3 | *Com afecta la imatge de les persones grans projectada pels mitjans de comunicació les actituds, expectatives i comportaments de la gent?*

Valor	%vots	Nombre de vots
1 (gens)	2,40%	2
2	6,10%	5
3	28,00%	23
4	43,90%	36
5 (molt)	19,50%	16

Fins a un 82% dels periodistes de les Illes Balears participants a l'enquesta es declara interessat en la gent gran i l'envelliment com a matèria informativa. I un 77% creu necessària la formació i especialització en perspectiva d'edat a la professió periodística.

Així mateix, un 73% pensa que els mitjans de comunicació haurien de dedicar espais específics a informar sobre la gent gran i l'envelliment. Per altra banda, gairebé vuit de cada deu periodistes de l'arxipèlag consideren que hi hauria d'haver més testimonis, convidats o tertulians grans als continguts dels mitjans de comunicació de les Balears.

Més del 92% dels enquestats assegura que no fa cap distinció per edat a l'hora de triar un expert en una qüestió concreta per il·lustrar una informació o un contingut o per facilitar la seva feina. Únicament, un 6% cerca preferentment experts més grans de 50 anys, i ho fa per motius tals com la seva «experiència», els «coneixements acumulats» i els «records de temps enrere», que consideren útils en aquests contextos.

Prop de vuit de cada deu periodistes no coneixen cap espai imprès, audiovisual o digital de les Illes Balears dedicat a l'envelliment i a la gent gran. D'entre el 20% que declara que sí que en coneix, la majoria fan referència al programa *Som grans* d'IB3 Ràdio o, simplement, «un programa de ràdio» o «un microespai a *El replà* d'IB3 Ràdio», «algunes tertúlies de tant en tant a mitjans de comunicació» o, fins i tot, el mateix *Anuari de l'Envelliment de les Illes Balears*.

Dues tercers parts dels participants al qüestionari desconeixen l'existència de professionals més grans de 60 anys que siguin la cara visible o la veu principal d'un programa de televisió o ràdio a les Illes Balears. El restant terç situa dins d'aquestes circumstàncies noms com Nacho Lahuerta (Radio Ibiza), Pere Bagur (IB3 Ràdio), Margalida Solivellas (TV3), Conxa Rosillo (RNE), Armand Pomar (RNE), Pere Estelrich (IB3 Ràdio), Ferran Pereyra (IB3 Ràdio), Vicente Clavijo (Canal4 Ràdio), Antoni Crespí, «Ballador» (IB3 Televisió), Felip Munar (IB3 Televisió) i Joan Calafat (*Salut i Força*), entre d'altres.

Sorprèn, en certa manera, que el concepte d'edatisme (discriminació per edat) sigui conegut per tan sols un 25% dels periodistes que han respost la pregunta referent al terme. A pesar que tres de cada quatre professionals el desconeixen, un 80% afirma que la discriminació per edat és «igual de greu» que la que es basa en el sexe, l'origen ètnic, la religió, la discapacitat o l'orientació sexual. Un 13% creu que l'edatisme és la manera «menys greu» de discriminació, mentre que un 7% la considera «més greu».

Taula 4 | *Coneixes el concepte d'edatisme?*

	%vots	Nombre de vots
Sí	25,60%	21
No	80,50%	61

D'altra banda, no arriba a un de cada quatre periodistes els qui opinen que hi ha discriminació per edat dins dels mitjans de comunicació respecte dels seus treballadors. Un percentatge similar (21%) assegura que ha sofert alguna mena de discriminació per causa de la seva edat a la feina. En contrast amb això, un 94% del total de periodistes participants veu difícil aconseguir feina dins del seu sector en cas de perdre-la sent més gran de 50 anys.

Taula 5 | *Si tens més de 50 anys, creus que et pot resultar més difícil aconseguir feina al teu sector en cas de perdre-la?*

	%vots	Nombre de vots
Sí	93,80%	45
No	6,20%	3

4. La imatge de les persones grans als mitjans de comunicació del segle XXI

4.1. El «Llibre Blanc de l'Envel·liment Actiu»

Diu el *Llibre Blanc de l'Envel·liment Actiu* de l'Institut de Gent Gran i Serveis Socials (IMSERSO) que la realitat social va per davant dels estereotips i és la que força el canvi. Ara bé, també reconeix que la imatge social de la vellesa i l'envelliment a Espanya és, majorment, negativa i que la imatge es forma «principalment, a través dels mitjans de comunicació».

Com a grans consumidores de mitjans de comunicació que són les persones grans, no es veuen correspostes amb la seva presència mediàtica. Segons el *Marc General dels*

Mitjans d'Espanya de 2021, que recull dades de l'any 2020, un 48% de ciutadans de 65 anys o més consumeix diaris, suplementos o revistes cada dia, un 46% escolta la ràdio, un 48% entra a Internet i un 93% mira la televisió cada dia.

El document governamental assegura que «les persones grans solen ser invisibles per als mitjans, hi apareixen poc i amb una imatge homogènia i un perfil antic», fet que s'ha comprovat que propicia la marginació i l'exclusió entre els ciutadans que tenen 65 anys o més.

Així mateix, el *Llibre Blanc de l'Envel·liment Actiu* recalca que les imatges socials negatives són «possibles límits a l'envelliment actiu i saludable» i assenyala que la publicitat va més avançada que els mitjans de comunicació en el reflex d'una imatge més positiva de les persones grans.

4.2. La Declaració de Santander i el MAYMECO

Abans de l'edició de l'esmentat llibre blanc, es considera una fita l'anomenada Declaració de Santander emesa l'any 2005 per un grup de 15 periodistes reunits al palau de La Magdalena de la capital càntabra en una trobada entre persones grans i professionals de la informació.

Arran d'aquest seminari estiuec celebrat a instàncies del mateix IMSERSO, els periodistes es comprometeren, entre altres coses, a mostrar l'envelliment com una etapa més de la vida, a incloure les persones grans en tot tipus d'informacions, a evitar el llenguatge pejoratiu, paternalista i discriminatori, a propiciar el tractament dels temes amb una perspectiva intergeneracional i a recórrer a la gent gran com a font informativa per posar fi a la seva invisibilitat.

Com a conclusions interessants del mateix seminari, cal comentar que el tractament informatiu dels assumptes relacionats amb la gent gran difereix segons el tipus de mitjà i s'apunta a la televisió com el que en fa un tractament més degradant i menys objectiu.

D'altra part, segons els assistents al curs, existeix diferència d'opinions sobre la necessitat que es facin programes específics per a la gent gran. Mentre que els mitjans de comunicació aposten per la transversalitat en la informació, les organitzacions del sector reclamen continguts especialitzats.

Poc ha canviat el panorama d'aleshores ençà, realment. La Declaració de Santander tenia molt bones intencions però un recorregut molt curt. Poc després, la Universitat Permanent de la Universitat d'Alacant va posar en marxa un grup d'investigació anomenat Observatori de Gent Gran i Mitjans de Comunicació (MAYMECO), amb l'objectiu de «contribuir a la definició i difusió d'una imatge de les persones grans actual, real

i no estereotipada». El grup segueix actiu, sota la coordinació de la sociòloga Irene Ramos-Soler.

4.3. Les persones grans com a creadores de la seva pròpia imatge

El *Llibre Blanc de l'Envel·liment Actiu* de l'IMSERSO situa en les mateixes persones grans i les seves organitzacions representatives la responsabilitat de fer-se visibles als mitjans de comunicació, sent ciutadans crítics i participatius, detectant periodistes interessats en els assumptes que afecten la gent gran i facilitant-los informació i formació, establint relacions planificades i regulars amb els mitjans i intervenint en aquests tant reactivament com proactivament.

Remarca aquesta mateixa visió la veterana periodista de Ràdio Nacional d'Espanya (RNE) i activista pels drets de les persones grans i pel canvi de la imatge social de l'envelliment Loles Díaz Aledo. Per ella, la primera responsabilitat per crear imatges positives dels grans recau en ells mateixos.

Per la seva part, la Unió Democràtica de Pensionistes i Jubilats d'Espanya (UDP) lamenta que «si la veu institucional és la paraula hegemònica als mitjans, la veu de les persones grans, quant a referides per aquesta condició, és la paraula absent». Es refereix la UDP al moviment associatiu i organitzacional de les persones grans, «espai de representació per excel·lència».

La UDP posa sobre la taula també la ubicació de les notícies relacionades amb els grans com a col·lectiu. Aquesta informació «s'insereix amb freqüència en notícies de successos, en què la despersonalització, el drama, el desordre, l'anomalia social, ocupen un lloc quantitativament i qualitativament significatiu», afirma l'organització.

És igualment d'interès el recent estudi *Tratamiento y participación de las personas mayores en los medios de comunicación: opinión cualificada de los periodistas especializados* (Aznar Gómez, Hugo; Suay Madrid, Amparo, 2020), que recull dades obtingudes en un qüestionari enviat a 100 professionals de mitjans especialitzats de tot Espanya.

L'article insisteix en la condició d'infrarepresentació i, per tant, «vulnerabilitat mediàtica» de les persones grans que, al seu parer, no compleix el principi democràtic de «justícia de participació de tots els afectats en assumptes del seu interès».

Entre les conclusions de l'enquesta, destaca que prop d'un 54% dels periodistes especialitzats troba a faltar la figura d'un *ombudsman* o defensor del receptor pels temes que afecten les persones grans. Així mateix, un 94% veu necessàries «recomanacions ètiques per informar millor» sobre la gent gran.

4.4. Les fotografies d'adults grans. El cas de Getty Images

La potent AARP (abans coneguda com American Association of Retired Persons), el major lobby de defensa dels drets dels adults grans als Estats Units, es troba darrere l'estudi *Media Image Landscape: Age Representation in online images* (AARP, 2019). En aquest estudi, es denuncia que set de cada deu imatges en línia d'adults més grans de 50 anys els mostren «aïllats de la resta del món: tots sols, amb una parella o amb un professional sanitari», habitualment en situacions de dependència i enclaustrament.

També es posa l'accent sobre la manca d'imatges de gent gran amb tecnologia, ja que sols un 5% de les analitzades en mostren, mentre que un ínfim 2% retrata aquestes persones en un context laboral.

La campanya de l'AARP en què exigeix representacions visuals de les persones grans amb major «diversitat i autenticitat» ha donat fruits, ja que l'agència de fotografia Getty Images n'ha recollit el guant signant un acord per posar en circulació una nova col·lecció d'imatges de persones més grans de 50 anys amb un fons inicial de 1.400 fotos.

La col·lecció, anomenada *Disrupt Aging*, «planta cara als estereotips entorn de l'edat i redefineix visualment el que significa envellir», assevera l'agència, que hi vol contribuir amb un «panorama més autèntic i ampli», sense clixés, del que suposa fer-se gran.

A la Unió Europea existeix la plataforma AGE, que treballa en la defensa dels drets de les persones grans, polítiques socioeconòmiques i creació d'entorns amigables amb els grans. Però, fins a on ens ha estat possible conèixer, AGE encara no ha llançat cap campanya per a l'actualització de les fotografies de gent gran que difonen els mitjans de comunicació europeus. Val a dir que els mitjans d'Europa es nodreixen sovint de bancs d'imatges professionals com l'estatunidenc Getty.

4.5. La patata calenta de la responsabilitat sobre la imatge social

Loles Díaz Aledo (2013) recorda el paper substancial dels mitjans de comunicació en la creació i difusió de la imatge social de les persones grans i propugna una «nova cultura de l'envelliment». Per aquest motiu, els insta a fer una «reflexió profunda» i tenir una «cura exquisida del llenguatge» usat quan es parli de persones grans o d'envelliment. La periodista entén que «és imprescindible que els mitjans canviïn perquè ho faci també la societat en el seu conjunt».

Anys d'experiència i observació de la qüestió han dut l'exdirectora del programa *El Club de la Vida* d'RNE a constatar un creixent interès social i periodístic per les persones grans

i l'envelliment. Però la imatge mostrada, segons ella i molts d'altres experts, peca d'homogeneïtat i negativitat.

Aquesta imatge única i desfavorable «dificulta que també es facin visibles altres imatges, altres maneres més atractives de ser gran que també existeixen i que podrien servir de model amb el qual identificar-se, ja que el fet de complir anys no provocaria tant de rebuig», assevera Díaz Aledo al seu article *La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación (Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales, 2013)*.

Els estereotips que més freqüentment es relacionen amb les persones grans als mitjans de comunicació de massa són, pel sociòleg Gerardo Hernández Rodríguez, els que les associen amb la improductivitat, les patologies, el deteriorament físic i psíquic, la passivitat, la inflexibilitat o rigidesa mental, la soledat, la inactivitat física i sexual, la falta d'atenció i d'intel·ligència, la senilitat i el mite de la serenitat.

El professor denuncia que «la societat mediàtica oblida totes les obligacions cap als seus vells. Ja no són ells els actors que contenen el passat a les futures generacions. Són les imatges conceptualment previstes per endavant, les que eduquen i donen referències d'un passat fragmentat i tendencios».

5. Recomanacions per a periodistes

Si volem canviar la imatge de les persones grans que es reflecteix als mitjans de comunicació, cal la implicació dels professionals que hi fan feina. Especialment, dels periodistes responsables de recollir, elaborar i difondre la informació. Per això, també és necessari proveir aquests periodistes d'eines per poder desenvolupar la seva tasca en sintonia amb les noves maneres d'envellir i de ser una persona gran a les Illes Balears i a tot l'Estat.

Com a punt de partida, és imprescindible ser conscients que la gent gran són ciutadans de ple dret que tenen rols molt profitosos per al conjunt de la societat. Més de la meitat de les persones grans inicien noves activitats després de la jubilació, com ara esports, cursos, voluntariat..., i moltes són un important suport econòmic per a la seva família. A més a més, són generadores i consumidores de tot tipus de productes i serveis, i així esdevenen «actors decisius de l'economia general» i un «impuls socioeconòmic» per al país (SEGG, 2021).

A continuació, s'ofereixen una sèrie de recomanacions bàsiques per a periodistes que hagin de crear continguts relacionats amb les persones grans i que vulguin defugir els estereotips negatius, els estigmes, la imatge negativa i la discriminació per edat.

Aquestes recomanacions han estat recollides de les diferents guies per a comunicadors/periodistes elaborades per entitats com la Societat Espanyola de Geriatria i Gerontologia (SEGG), la UDP, el Foro LideA (Liderazgo de Mayores) i la secció espanyola de la European Anti-Poverty Network (EAPN).

La intenció d'aquesta recopilació de consells és ajudar a aproximar la imatge mediàtica (i social) a l'autèntica realitat de la gent gran del nostre entorn. Es tracta d'una realitat molt diversa, que requereix d'un coneixement profund per evitar caure en llocs comuns erronis i perjudicials.

- **Emprar termes correctes:** Per referir-se als ciutadans grans, el terme que té més acceptació és «persones grans» o «grans», per la seva objectivitat i carència de connotacions negatives o valoracions. També es considera adequat i neutre l'ús de «persones d'edat avançada».
- **Alerta amb els termes adequats però insuficients:** Tant «jubilat/ades» com «padrins/es», «avis/àvies» o «*güelos/es*» poden ser correctes en un context determinat, però no poden servir per denominar tot el col·lectiu de les persones grans, perquè moltes d'elles segueixen en actiu o no tenen nets.
- **Termes a evitar:** Cal prescindir de paraules com «dependents», perquè no respon a la realitat de tothom; i «vells» o «ancians», per la seva càrrega pejorativa i de prejudicis, a més d'altres termes equivalents amb les mateixes connotacions o carències.
- **Usar termes moderns i adequats:** «Asil» ha quedat obsolet, mentre que «geriàtric» pot tenir una connotació negativa. El més correcte és dir «residències» o «centres residencials» per a gent gran.
- **No referir-se a les persones grans en termes de propietat:** No hem de dir «les nostres persones grans» ni «la nostra gent gran». Es pot substituir per «les persones grans de la nostra societat».
- **No comparar-los amb els infants o tractar-los com a infants:** La infantilització i la sobreprotecció dels adults grans es considera una manera de discriminació que s'ha d'evitar també en el llenguatge.
- **No s'ha de generalitzar:** Les persones grans són, probablement, el grup poblacional més heterogeni de la societat. Pot haver-hi més de 40 anys de diferència d'edat entre la gent més jove i la més gran, i tenen condicions físiques, psicològiques, socials, familiars, econòmiques i laborals absolutament heterogènies.

S'ha de tenir en compte també que, ni de lluny, no totes les persones grans viuen en residències, ans al contrari. De fet, a les Illes Balears hi ha només 2,7 places residencials per a cada 100 persones de 65 anys o més, segons l'*Informe Envejecimiento en Red* (CSIC, 2020). S'ha d'exhibir la seva realitat tal com és, mostrant-ne igualment l'edat real, sense prejudicis.

- **Evitar les imatges estereotipades:** A l'hora d'il·lustrar amb imatges (estàtiques o en moviment) les informacions o comentaris sobre gent gran, cal prioritzar les que siguin reals, diverses, positives, alegres o, almenys, neutres i deixar les fotografies grises, de persones tristes o malaltes, xacroses o encorbades només per a ocasions en què el seu ús estigui molt justificat i respongui a la realitat. La SEGG demana, igualment, que se cerquin imatges del nostre context sociocultural, ja que sovint se'n mostren de gent gran del nord d'Europa que no es corresponen amb la nostra realitat més pròxima.
- **Consultar les persones grans com a font d'informació:** Aquest punt és fonamental. S'ha d'evitar parlar en nom de la gent gran. En lloc d'això, es recomana acudir-hi directament com a font d'informació quan s'hagi d'elaborar un contingut relacionat amb ells. El seu discurs (amb les seves necessitats, gustos, opinions o reivindicacions) ha de ser escoltat, recollit i difós. A més a més, les seves veus han de ser incloses regularment als espais generals que difonen informació i opinió sobre tot tipus de qüestions, ja sigui en tertúlies, debats, entrevistes, reportatges o columnes de premsa.

Referències bibliogràfiques

Abellán, A., Aceituno, M. P., Ramiro, D. N. i Castillo, A. B. (2021). Estadísticas sobre residencias: distribución de centros y plazas residenciales por provincia. Datos de septiembre de 2020. *Informes Envejecimiento en Red*, (27), 4-21. CSIC. <https://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-estadisticasresidencias2020.pdf>

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2021). *Marco General de los Medios en España 2021*. AIMC. <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2021/02/marco2021.pdf>

Aznar, H. i Suay, A. (2020). *Tratamiento y participación de las personas mayores en los medios de comunicación: opinión cualificada de los periodistas especializados. Profesional de la información, vol., 29 (3)*

Candalija et al. (2011). *Guía de estilo para periodistas sobre personas mayores*. EAPN. https://www.eapn.es/ARCHIVO/documentos/documentos/1104_Maqueta_Interior_PM_7.pdf

Causapié, P., Balbotín, A., Porras, M., i Mateo, A. (2011). *Libro Blanco del Envejecimiento Activo*. IMSERSO. https://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/8088_8089libroblancoenv.pdf

Díaz, L. (2013). La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación. *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, 41, 483-502. <https://www.sociedaduytopia.es/images/revistas/41/D17.pdf>

Fernández-Cid, M., Martín, Á., Cáceres, M. D. i Villas de Antonio, M. R. (2006). *La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación de masas*. Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados (UDP), Obra Social Caja Madrid. <https://www.mayoresudp.org/wp-content/uploads/2019/06/La-imagen-de-los-Mayores-en-los-Medios.pdf>

García, L. (2018). La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación: El uso del lenguaje frente al edadismo. Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados (UDP). <https://blogciudades.imserso.es/la-imagen-de-las-personas-mayores-en-los-medios-de-comunicacion-el-uso-del-lenguaje-frente-al-edadismo/>

Hernández, G. (2006). Medios de comunicación de masas e imágenes asociadas a la población anciana. *Comunicación e Ciudadanía*, 4, 1-22. Universidad de A Coruña. <https://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/hernandez-comunicacion-medios-01.pdf>

Herranz, R. (2011). La imagen de las personas mayores en los medios a debate. *Enlace en Red*, 19, 28-31. Universidad Internacional Menéndez Pelayo. <https://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/enlace19universidad5.pdf>

Organització Mundial de la Salut (OMS) (2021). *Global report on ageism*. OMS. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240016866>

Sociedad Española de Geriatria y Gerontología (SEGG) (2021). *Guía de la SEGG para los medios de comunicación sobre el tratamiento de la información y la imagen de las personas mayores y el envejecimiento*. Sociedad Española de Geriatria y Gerontología. <https://www.segg.es/actualidad-segg/2021/03/01/guia-de-la-segg-para-los-medios-de-comunicacion-sobre-tratamiento-de-la-informacion-y-la-imagen-de-los-mayores>

Thayer, C. i Skufca, L. (2019). *Media Image Landscape: Age Representation in Online Images*. AARP Research.

Foro LideA. (2018). *Decálogo LideA de buen trato periodístico a las personas mayores*. Foro LideA. Liderazgo de Mayores. <https://fape.es/wp-content/uploads/2018/07/Dec%C3%A1logo-LideA-de-buen-trato-periodistico-con-las-personas-mayores.-Junio-2018.pdf>

Ylänne, V. (2015). Representations of ageing in the media. *Routledge Handbook of Cultural Gerontology*. https://www.researchgate.net/publication/282936595_Representations_of_ageing_in_the_media

Autora

NATÀLIA BLANES QUIST

Palma (1978). Llicenciada en Periodisme (Universidad Europea de Madrid). Màster en Cercadors, SEO i SEM (Universitat Pompeu Fabra). Col·laboradora del programa *Fred i calent* d'IB3 Televisió. Presentadora del programa i la secció *Som grans* a IB3 Ràdio. Gestora i assessora de comunicació corporativa per a petites i mitjanes empreses del sector turístic. Redactora i locutora dels Serveis Informatius de RTVE a les Balears (en excedència). Entre setembre de 2017 i desembre de 2020, directora i presentadora del programa setmanal *Som grans* a IB3 Ràdio, especialitzat en la informació i divulgació sobre gent gran i envelliment. Des de gener de 2021, *Som grans* ha esdevingut una secció del programa vespertí *El replà*, també a IB3 Ràdio.