

COVID-19 Y EDADISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS HACIA LAS
PERSONAS ENVEJECIDAS EN DOS MEDIOS PERIODÍSTICOS DE PUERTO RICO
ENTRE MARZO Y AGOSTO DE 2020

Proyecto de investigación presentado al
Programa de Maestría en Comunicación
Facultad de Comunicación e Información
Universidad de Puerto Rico
Recinto de Río Piedras
como requisito para obtener el grado
maestría en comunicación

Por:

Yiselly M. Vázquez Guzmán
©Derechos reservados, 2023

Proyecto de investigación presentado como requisito del curso COPU 6697 para obtener el grado de
Maestría en Comunicación

COVID-19 Y EDADISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS HACIA LAS
PERSONAS ENVEJECIDAS EN DOS MEDIOS PERIODÍSTICOS DE PUERTO RICO
ENTRE MARZO Y AGOSTO DE 2020

Yiselly M. Vázquez Guzmán

Aprobado el 11 de mayo de 2023 por:

Dr. Jorge Santiago Pintor
Director de proyecto
Decano interino
Facultad de Comunicación e Información

Índice

Dedicatoria	3
Agradecimientos	4
Resumen	5
Introducción	6
<i>Justificación</i>	6
<i>Problema de investigación</i>	8
<i>Hipótesis del estudio</i>	8
<i>Pregunta de investigación</i>	8
<i>Objetivos de investigación</i>	9
Revisión de literatura	10
<i>Adulter mayor</i>	10
<i>Edadismo</i>	11
<i>Medios de comunicación</i>	13
<i>Enquadre (framing) del envejecimiento en los medios de comunicación</i>	15
<i>COVID-19, adultos mayores y medios de comunicación en Puerto Rico</i>	16
Método	19
<i>Diseño del estudio</i>	19
<i>Fuentes de información</i>	19
<i>Instrumentos</i>	20
<i>Procedimiento</i>	21
Resultados	22
Discusión	27
<i>Recomendaciones para evitar los edadismos en los medios periodísticos</i>	29
Referencias	31
Apéndices	35
<i>Apéndice A: Planilla de análisis</i>	35
<i>Apéndice B: Ejemplos de imágenes analizadas</i>	37

Dedicatoria

La vejez y el envejecimiento son un privilegio. Todo profesional debe trabajar para garantizar el bienestar de las personas a través de la vida, pero principalmente para erradicar prejuicios y discursos de su faena cotidiana. Este trabajo está dedicado a la población de **personas adultas mayores**, especialmente aquellas que son discriminadas, rechazadas y marginadas por el hecho de la edad. Los resultados de la investigación plantean la oportunidad de deconstruir el discurso periodístico hacia las personas envejecidas para validar sus capacidades y aportaciones.

Agradecimientos

La gratitud es una virtud muy valiosa. Este espacio permite reconocer aquellas personas que fueron parte fundamental en la ejecución, de manera directa o indirecta de este proyecto. En primer lugar, al Dr. Jorge Santiago Pintor, por su apoyo como mentor y guía en la conceptualización y desarrollo del proyecto. Gracias por la estructura y las conversaciones reflexivas en torno a este tema. Agradezco a mi hermana Edda Santiago Rodríguez, por su apoyo y compañía desde la conceptualización hasta el análisis. A mis colegas Miriam Ramos Colón y Eric Rivera Colón por ser apoyo constante y un eco continuo para validar mis ideas y apoyar todo el proceso. A mi familia, amistades y compañeras de trabajo por creer que era posible. A mi amigo, compañero y colega Carlos Otero Rivera por la complicidad. Al profesor Israel Rodríguez por traer la posibilidad de divulgar y dar vida a los resultados de este proyecto. A la profesora Ramaris Albert Trinidad por el apoyo y la confianza en el resultado de este trabajo. A Carla Minet por la disposición de utilizar la información contenida para la formación y desarrollo profesional de colegas periodistas. En fin, gracias a la vida por la oportunidad de transitar los pasillos de la FaCI y darle otra mirada a mi pasión por comunicar. ¡Gracias!

Resumen

Entre marzo y diciembre de 2020, se registraron 5562 muertes por COVID-19 en Puerto Rico; el 82% entre adultos mayores de 60 años. La pandemia aumentó la vulnerabilidad de esta población, poniendo de relieve el discrimen por edad en las interacciones sociales. El edadismo consiste en atribuir características a una persona únicamente en función de su edad. La crisis de salud provocada por el COVID-19 contribuyó a reforzar el edadismo dominado por estereotipos de vulnerabilidad, fragilidad y dependencia. Los medios de comunicación pueden contribuir a estos estereotipos y perpetuar las desigualdades y el edadismo. Las personas adultas mayores que asumen creencias negativas sobre la edad tienden a mostrar una peor salud física, cognitiva y mental.

El propósito de esta investigación es identificar cómo se construyó la imagen del adulto mayor en los medios periodísticos durante los primeros seis meses de la pandemia del COVID-19 en Puerto Rico (marzo-agosto de 2020). Se realizó un estudio cualitativo exploratorio para analizar artículos publicados en dos medios digitales de Puerto Rico (El Nuevo Día y el Centro de Periodismo Investigativo) entre marzo y agosto de 2020. Se utilizaron criterios de selección para identificar publicaciones que abordan temas relacionados con la forma en que la COVID-19 afectó a los adultos mayores.

El análisis de contenido se realizó a base del Cuestionario de Estereotipos Negativos de la Vejez (factores de salud, motivacionales-sociales y de carácter-personalidad) para identificar contenido edadista en las publicaciones. Los resultados muestran que la imagen de las personas adultas mayores que se construyó desde los medios periodísticos durante los primeros seis meses de la pandemia del COVID-19 en Puerto Rico se vincula principalmente con el deterioro de salud y la fragilidad de esta población. Se identificaron además otras consideraciones edadistas y sus contrapuntos vinculados con la dependencia y la capacidad para resolver problemas, entre otras. Este análisis permitió desarrollar una propuesta de cómo abordar a las personas adultas mayores desde los medios periodísticos.

COVID-19 y edadismo en los medios de comunicación: Análisis de los estereotipos hacia las personas envejecidas en dos medios periodísticos de Puerto Rico entre marzo y agosto de 2020

Introducción

La pandemia de COVID-19 puso al descubierto la vulnerabilización de las personas adultas mayores. En Puerto Rico, se decretó estado de emergencia por la pandemia el 12 de marzo de 2020. Durante los seis meses posteriores se reportaron cerca de 500 muertes asociadas con el virus. Según el informe de defunciones por COVID-19 desarrollado y actualizado mensualmente por el Departamento de Salud de Puerto Rico, el 80% de estos fallecimientos fueron entre personas mayores de 60 años (enero, 2023). Esta situación se comenzó a discutir ampliamente en los medios de comunicación, problematizando los riesgos de complicaciones y muerte en esta población. “Este discurso fatalista refuerza una imagen que devalúa a los mayores y oculta (o infravalora) su aporte a la sociedad, contribuyendo a la sensación de inutilidad personal y de carga social” (Bravo-Segal & Villar, 2020, p. 270). Según la Organización Mundial de la Salud, el edadismo se refiere a la forma de pensar, sentir y actuar con respecto a los demás o a nosotros mismos por razón de la edad. Esta discriminación está asociada con la construcción social de la vejez. “Los medios de comunicación desempeñan un papel considerable en la propagación de estereotipos edadistas y actitudes negativas hacia los adultos mayores, especialmente en tiempos de crisis” (Fraser et al, 2020).

Justificación

La imagen sobre los roles y responsabilidades de los individuos se construye a través de la interacción social, incluyendo los medios de comunicación. La adultez mayor o vejez es la última etapa en el curso de la vida, comenzando a partir de los 60 años. “La vejez ya no es un periodo corto o sólo el previo a la muerte, sino que se va configurando como una verdadera etapa de la vida, prolongada y diversa” (Fuentes-García & Osorio-Parraguez, 2020, p. 93). A pesar de esto, se asocia con una reducción en la capacidad fisiológica, lo que a su vez reproduce el imaginario estereotipado de cómo son o deben

ser las personas envejecidas. “El edadismo implica dos vertientes: una ideológica y representativa, que tiene que ver con las características atribuidas a personas de determinada edad, y otra de tipo práctico y conductual, cuando nos comportamos de acuerdo con esos prejuicios y creencias” (Bravo-Segal & Villar, 2020, p. 267). Por tal razón, la imagen sobre la vejez genera una serie de acciones de aceptación o rechazo en las personas. Esto a su vez replica las normas sociales de cómo deben ser tratadas las personas envejecidas.

La vejez trae consigo una serie de cambios fisiológicos y de conducta que interactúan con el entorno y producen una sinergia que vulnerabiliza a este grupo poblacional. Durante la pandemia de COVID-19 la población mayor de 60 años estuvo desproporcionalmente afectada por la enfermedad. Las ideas de fragilidad y enfermedad no surgen en el vacío, ya que las personas mayores de 60 años tienen una prevalencia más elevada de enfermedades. “Debido a que los adultos mayores han sido identificados como un grupo de alto riesgo de complicaciones o muerte por COVID-19, una proporción significativa de noticias e información ha tratado este tema” (Jiménez-Sotomayor, Gómez-Moreno, & Soto-Perez-de-Celis, 2020). Sin embargo, mucha de esta cobertura mediática al inicio de la pandemia generó miedo y preocupación en torno al bienestar de las personas mayores. De igual manera, levantó discusiones sobre qué personas en la población debían ser prioridad a la hora de ofrecer tratamientos y vacunas. “Aunque todos los segmentos de edad de la población son vulnerables y las vidas de todos se han visto afectadas por la pandemia mundial, siempre se ha prestado mayor atención al impacto negativo de la enfermedad en los adultos mayores” (Yang et. al., 2022, p.3).

El efecto de la pandemia en este grupo, sumado a la imagen social de fragilidad y enfermedad en la vejez, se convirtieron en la tormenta perfecta para promover mensajes y acciones edadistas a través de los medios de comunicación. Inclusive a inicios del 2020 se dio “un aumento de los mensajes edadistas que sugieren que COVID-19 es una enfermedad exclusiva de los adultos mayores” (Jiménez-Sotomayor, Gómez-Moreno, & Soto-Perez-de-Celis, 2020). La pandemia de ha puesto al descubierto

cómo el discurso público, generado a base de la construcción social sobre la edad, tiene influencia en las acciones individuales y colectivas para hacerle frente a este virus. El edadismo existía antes de esta emergencia de salud pública, sin embargo “la crisis actual pone de manifiesto un inquietante discurso público sobre el envejecimiento, que cuestiona el valor de la vida de los adultos mayores y desprecia sus valiosas contribuciones a la sociedad” (Frase et al, 2020).

Los medios de comunicación producen contenidos guiados por ese discurso público, por lo que las acciones edadistas no son ajenas a su gestión de diseminar contenidos. “La pandemia ha revelado el edadismo y los estereotipos de edad arraigados en la sociedad, generando la percepción de una menor preocupación y menor valor atribuido a las personas mayores durante la pandemia” (Tarazona-Santabalbina, Cámara de las Heras, Vidán, & García Navarro, 2020). Es necesario identificar y reconocer el rol de los medios de comunicación en la construcción de la imagen de las personas mayores. Esta información puede proveer herramientas para fomentar visiones realistas sobre las diversidades en el envejecimiento. “Debemos emplear la evidencia para influir en el discurso público, identificando a las personas en riesgo de una manera más eficiente y efectiva, sin considerar como único criterio la edad cronológica” (Tarazona- Santabalbina, Cámara de las Heras, Vidán, & García Navarro, 2020).

Problema de investigación

¿Cómo se construyó la imagen de las personas adultas mayores en los medios de comunicación en Puerto Rico durante el inicio de la pandemia (marzo-agosto de 2020) de COVID-19?

Hipótesis del estudio

Los medios de periodismo digital en Puerto Rico utilizaron estereotipos edadistas durante la pandemia de COVID-19 en sus publicaciones relacionadas con las personas adultas mayores.

Pregunta de investigación

- ¿Cómo se construyó la imagen del adulto mayor en los medios periodísticos durante los primeros seis meses de la pandemia del COVID-19 en Puerto Rico (marzo-agosto de 2020)?

Objetivos de investigación

- Identificar los estereotipos edadistas en dos medios informativos digitales de Puerto Rico durante los primeros seis meses de la pandemia del COVID-19.
- Distinguir los estereotipos edadistas según las categorías establecidas por el Cuestionario de Estereotipos Negativos sobre la Vejez (Salud, Motivacional-social, Carácter-personalidad).
- Comparar el uso de estereotipos edadistas entre los dos medios informativos digitales.

Revisión de literatura

Adulthood

La adultez mayor es una etapa del desarrollo humano. Comienza a los 60 años y se extiende hasta el final de la vida. A pesar de que en muchas ocasiones se perciben como un grupo homogéneo, los adultos mayores tienen experiencias, características y circunstancias variadas. “El envejecimiento es muy diverso y existen grandes diferencias entre los individuos” (Weir, 2023). En términos fisiológicos, el cuerpo va cambiando y ocurre un deterioro natural. Sin embargo, este envejecimiento no se da de manera uniforme en todos los individuos y tampoco implica que las personas adultas mayores pierden por completo sus capacidades y habilidades. Cuando se aborda la adultez mayor como una etapa del curso de vida, se asume un entendimiento de los cambios naturales, “que permiten observar la vida entera y la acumulación de ventajas y desventajas sociales, económicas y simbólicas que se producen a lo largo de ésta” (Fuentes García & Osorio Parraguez, 2020, p. 95). Entender el proceso de envejecimiento y reconocer las aportaciones de las personas de edad avanzada permite la integración, la aceptación y sobre todo la adaptación de los entornos y actividades a este grupo de la población; que actualmente representa el 27% de los habitantes en Puerto Rico y se proyecta que continúe en aumento (Oficina de la Procuradora de las Personas de Edad Avanzada, 2022).

“Los adultos mayores son miembros de gran valor en nuestra sociedad: son una fuente de conocimiento generacional, de sabiduría, contribuyen como voluntarios en innumerables actividades y son clave para la fortaleza familiar y de la economía” (Tarazona- Santabalbina, Cámara de las Heras, Vidán, & García Navarro, 2020, p. 3). Por esta razón, se debe tomar en cuenta que “en la larga trayectoria de vida de una persona mayor, emergen los aprendizajes y estrategias de afrontamiento social, ante momentos de crisis y no solo un cuerpo de una determinada edad cronológica, que se asume fragilizado” (Fuentes García & Osorio Parraguez, 2020, p. 100). Este conglomerado de experiencias incide y forja la realidad de lo que vive cada persona en la adultez mayor. La vejez “puede

entenderse como sabiduría en el marco de experiencias y relaciones, o significar discapacidad en el marco de salud y enfermedad” (Parales & Dulcey, 2002, p. 24). Como sociedad, “las creencias más comunes hacia esta etapa son las que la asocian con enfermedad, deterioro de las habilidades físicas y cognitivas y con falta de intereses vitales” (Blanca Mena, Sánchez Palacios & Trianes, 2005, p 212). Esa perspectiva sociocultural promueve la creación de estereotipos asociados con la vejez y el envejecimiento, enfocados principalmente en asuntos de salud, personalidad y comportamiento. “Con respecto al marco salud y enfermedad debe reconocerse que, aun se continúa presentando la medicalización del envejecimiento y sobre todo de la vejez” (Parales & Dulcey, 2002, p. 24). Esta visión de dependencia y fragilidad se ha adaptado como definición de la vejez e influye directamente en las acciones hacia las personas mayores de 60 años.

De acuerdo con la profecía autocumplida, las personas mayores pueden actuar ajustándose a la imagen negativa que perciben se tiene de ellas” (Menéndez Álvarez-Dardet, Cuevas-Toro, Pérez-Padilla & Lorence Lara, 2016, p. 324). Los estereotipos que se promueven a través del lenguaje y los comportamientos edadistas inciden en el bienestar de las personas envejecidas. “El lenguaje que representa a los adultos mayores puede ser poderoso para promover el pensamiento crítico y apoyar la capacidad de cambio social o, por el contrario, para connotar discriminación y estereotipos negativos” (Admundsen, 2022, p. 328). El reconocimiento de la discriminación edadista hacia la vejez permite cambiar los pensamientos y acciones dirigidos a este grupo y a su vez promover una visión positiva del proceso más natural de la vida, envejecer.

Edadismo

Los estereotipos asociados con la adultez mayor inciden directamente en las acciones hacia este grupo poblacional. La visión negativa que se ha construido en torno al envejecimiento está fundamentada en el edadismo. “En el caso de la vejez, el edadismo o viejismo implica atribuir a una persona características de diverso tipo (estado de salud, rasgos de personalidad, estilos de

comportamiento) únicamente por el hecho de ser mayor” (Menéndez Álvarez-Dardet, Cuevas-Toro, Pérez-Padilla & Lorence Lara, 2016, p. 324). Estas acciones han forjado la definición sociocultural de la vejez en occidente. “La representación de la vejez se realiza como estereotipo colectivo no individualizado [...] reforzando la idea de dependencia, enfermedad y muerte” (Guarinos & Martín Peña, 2022, p. 154). Las personas adultas mayores son descritas como un conjunto homogéneo con cualidades similares. “La representación de la persona mayor como víctima o beneficiaria de bienes y servicios sitúa al colectivo de personas mayores como frágil o vulnerable respecto a otros grupos etarios” (Bravo Segal, 2018, p. 20). En pocos espacios se establecen distinciones para reconocer las diversidades de este grupo de la población. “Las actitudes que fundamentan los prejuicios sobre la edad suelen estar basadas en falsedades. Aunque es cierto que el riesgo de padecer algunas enfermedades crónicas y demencia aumenta con la edad, la mayoría de los adultos mayores mantienen una salud y un funcionamiento cognitivo bastante buenos” (Weir, 2023). Como sociedad, se ha normalizado la fragilidad en la vejez, provocando que aquellas personas que mantienen un nivel de funcionalidad adecuado se consideren fuera de la norma y se genere una imagen de espectáculo en torno a sus vidas.

“Una de las consecuencias del edadismo es que las personas mayores asuman estas creencias de la sociedad sobre ellos. Como resultado, disminuyen su autonomía, su productividad y aumenta su estrés. De esta forma se acaba destruyendo la autoestima y la dignidad de una persona” (Santos Gil, 2021, p. 10). El auto edadismo representa un riesgo para el deterioro de la calidad de vida de las personas envejecidas. “Numerosas investigaciones sobre raza y género han comprobado que las víctimas de los prejuicios y la discriminación tienden a aceptar la imagen negativa que aporta el grupo dominante y a adoptar conductas que confirman en ellos esa imagen negativa” (Blanca Mena, Sánchez Palacios & Trianes, 2005, p. 218). Las personas adultas mayores pueden asumir roles de aceptación de estos estereotipos. Por ejemplo, acoger una jubilación por la presión de su entorno, la crianza de nietos e incluso la pasividad que se asocia con la última etapa de la vida. Las personas que asumen “creencias

negativas sobre la edad tienden a mostrar una peor salud física, cognitiva y mental” (Weir, 2023). Se puede considerar que el edadismo afecta el bienestar general de los adultos mayores, por la discriminación explícita e implícita que construye una imagen deformada de la vejez y el envejecimiento.

Atender el edadismo requiere una respuesta multisectorial. En primer lugar, debe existir un reconocimiento de las conductas discriminatorias por edad. Asuntos de lenguaje, acciones e incluso políticas públicas pueden perpetuar ideas erróneas sobre las capacidades de las personas adultas mayores. “Este discurso homogeneizador puede contribuir a apuntalar y justificar comportamientos y políticas edadistas, además de promover estrés, angustia y mayor ansiedad entre los propios mayores al recordarles cuán vulnerables son como grupo” (Bravo Segal & Villar, 2020, p. 270). Los medios de comunicación son uno de los vehículos para promover estereotipos o educar en torno al edadismo. “No visibilizar o mantener una actitud pasiva frente al discurso edadista se traduce en una complicidad de los malos tratos y violencia simbólica que experimentan las personas mayores” (Bravo Segal, 2018, p.21). Desde el alcance de los medios de comunicación, particularmente el periodismo, se deben abordar asuntos que traigan a la discusión el edadismo y sus efectos en la calidad de vida de las personas adultas mayores.

Medios de comunicación

“Los medios [de comunicación] son estructuras de asignación de sentido que mediante códigos particulares permiten la (re)construcción de realidades sociales dentro de un dinamismo permanente” (Fraser et al, 2020, p. 7). La información que se divulga a través de los medios de comunicación tiene una influencia directa en la opinión pública y en la construcción de los significados. “Los medios de comunicación son los responsables de cumplir tres funciones diferenciadas que los caracterizan: informar, formar y entretener” (Arévalo Martínez & Cancelo Sanmartín, 2018, p. 1044). La información que se disemina a través de los medios debe satisfacer necesidades de conocimiento y disfrute de las audiencias para generar y promover valores de democracia, justicia y solidaridad. En ocasiones por

asuntos relacionados con el interés de las audiencias, medido a través del alcance o *rating*, se presentan mensajes que no son cónsonos con el rol social de informar, formar y entretener.

En asuntos relacionados con la imagen de los adultos mayores, a través de los medios se pueden promover de manera intencional o “accidental” estereotipos y prejuicios. Sin embargo, es importante establecer que la información atractiva a los consumidores de los medios responde a su realidad sociocultural. “La discriminación continuada por motivos de edad en los medios de comunicación se produce porque refleja normas y creencias culturales; de lo contrario, no se consideraría socialmente aceptable” (Admundsen, 2022, p. 330). Los discursos en los medios de comunicación tienen el poder de transformar visiones e influir en las acciones colectivas hacia un grupo. “Suponer que los medios de comunicación por sí solos dirigen e influyen en las narrativas y actitudes sobre las personas mayores no sería racional, pero, del mismo modo, sería un error pasar por alto el papel de los medios de comunicación en la construcción de discursos relacionados con la edad” (Admundsen, 2022, p. 330). El alcance de los discursos que se diseminan tiene la capacidad de crear normas sociales que promuevan la integración o el rechazo a la vejez, el envejecimiento, pero particularmente a las personas adultas mayores. “Los medios de comunicación y sus discursos mediáticos pueden contribuir a los estereotipos del adulto mayor y así prolongar las desigualdades y el edadismo” (Puerto Rico Public Health Trust, 2022, p. 10). Esto provee una oportunidad mediática para transformar la visión de la edad, en lugar de mantener y promover estereotipos edadistas.

“El edadismo implícito y explícito en el discurso mediático constituye una forma de maltrato discursivo porque vulnera única o sistemáticamente la dignidad de las personas mayores a través de su representación y construcción discursiva” (Bravo Segal, 2018, p. 20). El rol social de los medios de comunicación implica el uso para información, educación y entretenimiento, por lo que las acciones edadistas rompen con dichos principios. El Puerto Rico Public Health Trust (2022) publicó una investigación sobre el edadismo, donde se resalta que “sería de gran utilidad crear un movimiento para

cambiar el discurso sobre la edad y envejecimiento y buscar una transformación en la percepción sobre los adultos mayores” (p. 10). Para esto es urgente replantear las visiones edadistas y promover la inclusión e integración de los adultos mayores en los medios de comunicación. “Es imprescindible que tengan voz en los medios informáticos y que los gobiernos se comprometan con la divulgación de un cambio de la percepción hacia la vejez, mediante la puesta en marcha de políticas de educación mediática” (Alonso Palacio & Marchán Cárdenas, 2022, p. 3). El hecho de que en los medios de comunicación se exponga una imagen de los mayores que no se adecua a la realidad genera numerosas consecuencias negativas, tanto para las personas mayores como para la sociedad. “La interpretación [...] sobre estos mensajes permite la creación de tabúes sobre la edad, el envejecimiento, miedo al rechazo y, sobre todo, esas ideas transmitidas por los medios generan creencias negativas en cuanto al proceso vital de envejecer” (Soto Pérez de Celis, 2020, p 17), formando una definición colectiva de la vejez.

Encuadre (framing) del envejecimiento en los medios de comunicación

Existen teorías que permiten explicar la influencia de los medios de comunicación en diferentes asuntos, entre éstas el encuadre o *framing*. “El análisis del encuadre se basa en un paradigma construccionista; se teoriza que las personas reúnen activamente los recursos disponibles (por ejemplo, experiencias personales y sabiduría popular) y utilizan marcos interpretativos para dar sentido (encuadrar) a los asuntos públicos” (Funk, Herron, Spencer & Thomas, 2021, p. 501). Los medios de comunicación priorizan los asuntos de interés y los presentan según sus visiones editoriales. El encuadre “muestra cómo se retratan los problemas sociales y cómo los medios de comunicación codifican los mensajes con significado” (Msughter, & Phillips, 2020, p.590). En el caso de los adultos mayores, al ser el grupo etario de mayor crecimiento, están continuamente en la discusión pública. Sin embargo, en muchos casos se presentan de manera estereotipada, desde una visión edadista. “Las noticias de los principales medios de comunicación ofrecen una visión de cómo el público enmarca las acciones de los adultos mayores en contextos particulares” (Funk, Herron, Spencer & Thomas, 2021, p.

507). Utilizar el encuadre como marco referencial, permite entender que los medios de comunicación construyen sus discursos de manera intencional. “La habitual estereotipación, el sensacionalismo y dramatismo, así como las estrategias discursivas utilizadas [...] para captar la atención del lector naturalizan, refuerzan y legitiman el edadismo” (Bravo Segal, 2018, p. 20). Esta situación se agrava en momentos puntuales donde se centra la discusión pública en la vulnerabilización de las personas adultas mayores, como ha sido el caso de la pandemia del COVID-19.

COVID-19, adultos mayores y medios de comunicación en Puerto Rico

Los datos del Sistema de Vigilancia Epidemiológica de COVID-19 del Departamento de Salud de Puerto Rico reportaron 5562 muertes asociadas a esta enfermedad entre los años 2020 y 2022. De estos fallecimientos, el 82% fueron personas mayores de 60 años. El año con más mortalidad fue el 2022 con 2239 muertes en total. Los meses con más muertes por COVID-19 en Puerto Rico fueron: diciembre 2020, agosto 2021 y enero 2022; los de menor mortalidad: junio 2020, julio 2021 y marzo 2022. En todo momento durante la pandemia la población mayor de 60 años ha tenido la mortalidad más alta. “El brote de COVID-19 ha sido descrito como el problema de los adultos mayores y se ha promovido una división de edad que separa a los jóvenes de los viejos” (Tarazona-Santabalbina, Cámara de Heras, Vidán & García Navarro, 2020, p. 5).

Desde que se decretó la pandemia, el grupo de personas mayores se vio desproporcionalmente afectado por la severidad de los contagios. “COVID-19 ha tenido gravísimas consecuencias en la población mayor, en términos de una elevada mortalidad y un marcado deterioro funcional” (Rodríguez Mañas & Rodríguez Sánchez, 2022, p. 290). Esta enfermedad ha afectado directamente a la población adulta mayor, principalmente por la comorbilidad con otras afecciones de salud. “En el caso de los países de ingresos altos, existen pruebas contundentes de que el riesgo de morir por COVID-19 si se contrae la infección es mucho mayor para las personas de edad muy avanzada que para cualquier otro grupo de población” (Lloyd-Sherlock, Guntupalli, & Sempé, 2022, p. 891). A pesar de que el COVID-19

ha tenido un mayor efecto en las personas adultas mayores, la edad no es el único criterio para entender esta vulnerabilidad. Es necesario mirar el contexto del envejecimiento para evitar que surjan y se perpetúen ideas estereotipadas hacia las personas envejecidas.

“La discriminación por motivos de edad es habitual tanto en los medios de comunicación tradicionales como en los sociales, y ha aumentado debido a la pandemia del COVID-19, lo que repercute en la percepción pública de las medidas sociales y económicas relacionadas con el envejecimiento” (Soto Pérez de Celis, 2020). Principalmente al inicio de la pandemia se exacerbó el aislamiento de las personas mayores, lo que según plantea Fraser (2020) “aumenta la exclusión y los prejuicios” hacia esta población. Sin embargo, esa actitud asistencialista estuvo fundamentada en la visión edadista de fragilidad y dependencia desde la cual la sociedad define la vejez. “La crisis sanitaria contribuye a reforzar el edadismo, una imagen homogénea de los mayores dominada por estereotipos tradicionales centrados en la vulnerabilidad, la pérdida y la falta de atención” (Bravo Segal & Villar, 2020, p. 270). Los medios de comunicación han tenido un rol clave en el proceso de diseminar información sobre el COVID-19 y a su vez la vulnerabilización de las personas envejecidas. “En una situación de crisis como la generada por la pandemia, la forma en que los medios de comunicación de masas informan sobre los acontecimientos y determinadas categorías de personas adquiere gran importancia” (Coman, Goian, Bularca & Vlaicu, 2021, p. 83). Es necesario considerar los mecanismos para presentar información de interés de manera que la población tome acción para su protección, pero sin utilizar los estereotipos de edad internalizados a través del intercambio cultural.

“Los mensajes negativos de los medios sociales sobre COVID-19 y el envejecimiento suelen caracterizar a los adultos mayores como individuos indefensos y sacrificables” (Soto Pérez de Celis, 2020). Por ejemplo, “aunque la mayor parte del contenido de Twitter relacionado con los adultos mayores y COVID-19 no pretende ser edadista, una proporción significativa de los tweets tienen implicaciones negativas del envejecimiento o son francamente ofensivos” (Jiménez Sotomayor, Gómez

Moreno & Soto Pérez de Celis, 2020, p. 1664). En los peores momentos de la mortalidad por COVID-19 surgieron debates éticos sobre quiénes eran las personas que merecían la atención, siendo la edad uno de los criterios. A pesar de que los contagios se dieron entre diferentes grupos etarios, se hizo énfasis en el riesgo por edad, y no necesariamente por las comorbilidades y el contexto donde se envejece. Toda esta información fue constantemente reseñada en los medios de comunicación.

El edadismo y los estereotipos negativos hacia la vejez son parte de la cotidianidad del discurso popular. Múltiples investigaciones señalan las acciones y pensamientos edadistas hacia la adultez mayor, incluso en los propios adultos mayores. Éste es el caso del estudio de Blanca Mena, Sánchez Palacios & Traines (2005), mediante el cual se comprobó la utilidad del Cuestionario de Evaluación de Estereotipos Negativos sobre la Vejez (CENVE) con más de 700 personas entre 65 y 96 años. Dicho instrumento evaluó estereotipos edadistas en tres factores: salud, motivacional-social y carácter-personalidad. Esta investigación realizó un análisis de ítems por dichas categorías para validar que el instrumento permite medir el nivel de edadismo. Los resultados obtenidos indican que “la mayoría de los participantes ocupan posiciones intermedias en cuanto al grado de acuerdo con los estereotipos negativos de la vejez referidos a las tres dimensiones del cuestionario” (p. 218). El uso de esta herramienta representa una oportunidad para identificar y categorizar de manera sistemática el lenguaje de los medios de comunicación y las visiones edadistas que se promueven a través de éste.

Método

Diseño del estudio

El enfoque empleado en este proyecto de investigación es cualitativo y su diseño es exploratorio-descriptivo. En este tipo de investigación se pretende recopilar y analizar información en torno a un problema desde un enfoque contextual. La investigación cualitativa busca “la cualidad de las acciones, las relaciones, los materiales, las situaciones, los procesos o las ideas” (Lucca Irizarry & Berríos Rivera, 2003). En esta investigación el análisis cualitativo resulta acertado porque permite identificar los textos particulares que presentan estereotipos hacia las personas adultas mayores. A su vez mediante la descripción de los hallazgos se identificarán patrones y relaciones entre las diferentes categorías de análisis. Finalmente, los resultados serán una oportunidad de reflexión para los medios de comunicación en torno a su contribución para perpetuar o erradicar las visiones estereotipadas hacia la vejez y el envejecimiento.

Fuentes de información

Las fuentes de información para esta investigación serán las publicaciones relacionadas con adultos mayores y COVID-19 entre el 1 de marzo de 2020 y el 31 de agosto de 2020 en los formatos digitales de los siguientes medios de Puerto Rico: El Nuevo Día (END) y el Centro de Periodismo Investigativo (CPI). Se seleccionaron estos medios, ya que el primero es el de mayor circulación en el país y se administra y maneja como una empresa con fines de lucro. Mientras, que el CPI es un medio de periodismo de investigación sin fines de lucro, que pretende, según la misión institucional, fomentar y defender el derecho de acceso a la información a través de la investigación y el litigio. Las líneas editoriales de ambos medios son diferentes y contrastan en la selección de temas, enfoque periodístico y fuentes de financiamiento del medio.

Los artículos se seleccionaron utilizando los siguientes criterios de inclusión:

- Resultados de búsqueda específica de términos en el periodo de estudio: COVID-19 y ancianos; COVID-19 y adultos mayores; COVID-19 y envejecientes; Pandemia y ancianos; Pandemia y adultos mayores; Pandemia y envejecientes; coronavirus y adultos mayores; coronavirus y ancianos; coronavirus y envejecientes
- Publicaciones sobre Puerto Rico
- Referencia en título, lead y/o primer párrafo a personas adultas mayores

Luego de la búsqueda específica de los términos antes mencionados y la selección a base de los criterios de inclusión se identificaron 26 publicaciones en el END y 5 en el CPI.

Instrumentos

Para el análisis se generó una planilla de categorías basada en los ítems y factores del Cuestionario de Estereotipos Negativos sobre la Vejez, adaptado por Blanca Mena, Sánchez Palacios & Trianes (2005). Este instrumento consta de 15 premisas que evalúan estereotipos edadistas en tres factores o dominios: salud, motivacional-social y carácter-personalidad. Para esta investigación se utilizaron dichos factores como categorías y los ítems contenidos como las unidades de análisis. Para cada unidad se estableció una definición operacional. De igual manera, se identificaron los contrapuntos a los ítems mediante verbalizaciones opuestas al estereotipo. La tabla a continuación presenta un resumen de las categorías e ítems utilizadas para el análisis.

Tabla 1. Categorías para análisis de contenido

Categorías	Ítems
Salud	Deterioro de memoria Enfermedades mentales Deterioro de salud Incapacidad por la que dependen de otros Deterioro cognitivo es inevitable en la vejez
Motivacional-Social	Menos interés por el sexo Menos amigos Pérdida de interés

Categorías	Ítems
	Incapacidad para resolver problemas No realizan un trabajo tan bien como los jóvenes
Carácter-Personalidad	Se irritan y son cascarrabias Rígidos e inflexibles Son como niños Defectos se agudizan con la edad Chochean (senilidad y falta de lucidez)

**En el análisis se incluyeron contrapuntos a los ítems.*

Procedimiento

Para esta investigación se realizó un proceso sistemático para la selección y análisis de fuentes que facilitó el acopio de datos necesarios para responder las preguntas y objetivos de estudio. Como proceso inicial se realizó una búsqueda preliminar de artículos para identificar la adecuación de los términos establecidos. Se añadió el término coronavirus a la búsqueda, combinado con las tres maneras seleccionadas para nombrar a la audiencia (envejecientes, adultos mayores y ancianos). Con una búsqueda exacta de estos términos se identificaron los artículos publicados en cada medio (END= 26 y CPI= 5). Además, se identificaron dos publicaciones, en otro periodo, para realizar una prueba piloto de la planilla de análisis. El proceso de selección y organización de publicaciones se realizó utilizando los criterios de inclusión. Se organizaron por medio y tipo de publicación (noticia, reportaje, crónica, editorial, columna, etc.).

Se realizó un análisis de contenido para identificar verbalizaciones en cada publicación que presentan estereotipos hacia la vejez, según las categorías establecidas. En el proceso de análisis se incluyeron las imágenes de las publicaciones. El programado para análisis Dedoose se utilizó para completar la categorización y análisis de los artículos. Los resultados permitieron identificar los estereotipos hacia la vejez presentes en las publicaciones, la frecuencia por categoría (salud, motivacional-social, carácter-personalidad) y hacer comparaciones entre los medios.

Resultados

El análisis incluyó 31 publicaciones: 12 noticias, 7 columnas de opinión, 7 reportajes, 3 editoriales, 1 crónica y 1 chequeo de datos. Los autores fueron diversos, solo uno de los periodistas del END fue el autor de 4 de las noticias. Mediante el análisis de contenido se identificaron 130 ejemplos de estereotipos edadistas o sus contrapuntos en el contenido y las imágenes de las 31 publicaciones. De este total, 101 fueron de la categoría de salud, 26 de la categoría motivacional-social y 3 de la categoría carácter-personalidad. Los ítems más presentes en la categoría de salud fueron los relacionados con el deterioro de la salud (50), incapacidad (27) y el contrapunto de incapacidad (14). Los ítems de deterioro de memoria (2), enfermedades mentales (1) y deterioro cognitivo (2) estuvieron menos presente. El contrapunto del deterioro de salud se identificó en 5 ocasiones. Para la categoría de motivacional-social se identificaron en su mayoría ejemplos del contrapunto de la pérdida de interés (15). Se identificaron también ejemplos para otros ítems: incapacidad para resolver problemas (7) y su contrapunto (3). Se identificó un (1) ejemplo del ítem “no realizan un trabajo tan bien como los jóvenes”. Finalmente, la categoría menos presente fue la de carácter-personalidad con 3 ejemplos enfocados en el estereotipo de la rigidez e inflexibilidad en la vejez. La tabla 2 muestra un resumen de la frecuencia de los ítems por medio y una verbalización para cada uno.

Tabla 2. Resumen de los resultados del análisis de contenido

Ítems	END	CPI	Ejemplos
Salud			
<i>Deterioro de memoria</i>	2	0	“En estos momentos del COVID-19, es importante que los ancianos reciban atención y se les escuche. Algo que he aprendido en mi tiempo compartiendo con los viejos es que es necesario escucharlos, atenderlos y valorar lo que nos dicen; independientemente de que no tenga una lógica directa para nosotros por enfermedades como Alzheimer y otros tipos de demencia". - END23

Ítems	END	CPI	Ejemplos
Enfermedades mentales	0	1	“Al hambre se le añaden los casos de salud mental, y la falta de acceso a citas médicas y medicamentos en el contexto del toque de queda”. - CPI02
Deterioro de salud	42	8	"En el proceso de envejecimiento, el cuerpo se va preparando hacia la muerte y hay ciertas funciones, como cardiovasculares, mentales, cerebrales, pulmonares y otras que van dejando de funcionar de la manera adecuada, lo cual aumenta el riesgo de complicaciones y de mortalidad.”- END06
Contrapunto-deterioro de salud	5	0	“La doctora Mayra Ortiz Tapia, directora ejecutiva del Centro de Servicios Integrados Gerontológicos y Apoyo Familiar, indicó que la vulnerabilidad de la población de 65 años o más, no es resultado de la edad, sino del padecimiento de enfermedades correlacionadas a condiciones crónicas, como el asma y las afecciones cardiovasculares". - END17
Incapacidad por la que dependen de otros	14	13	“El hambre en este país tiene rostro de viejo y de mujer obrera. Tú no sabes dónde hay un viejo muriendo de hambre.”- CPI03
Contrapunto-Incapacidad por la que dependen de otros	9	5	"Don Nicodemus Cuevas vive solo en el barrio Anones de Naranjito. Sus hijos están fuera de Puerto Rico, por lo que a sus 82 años hace sus diligencias, va a buscar sus medicamentos, se cocina sus alimentos y hace sus compras, rutina que ha continuado pese al riesgo por el COVID-19.”- CPI06
Deterioro cognitivo es inevitable en la vejez	2	0	“Esta población está particularmente en riesgo, debido a diversas razones que pueden incluir movilidad física limitada, mayor vulnerabilidad a infecciones, sistemas inmunológicos comprometidos, deterioro cognitivo, enfermedades crónicas y los tiempos de recuperación para diversas enfermedades son más extenso.” - END23
Motivacional-Social			
Menos interés por el sexo	0	0	---

Ítems	END	CPI	Ejemplos
<i>Menos amigos</i>	0	0	---
<i>Pérdida de interés</i>	0	0	--
<i>Contrapunto- pérdida de interés</i>	10	5	“Los adultos mayores están muy pendientes de las noticias: tienen sus radios portátiles, leen el periódico y los noticiarios son uno de sus programas favoritos en la televisión. Entendemos la importancia de que se mantengan informados, sobre todo, de crearles conciencia de su vulnerabilidad, lo que ayuda a que entiendan el proceso.”- END25
<i>Incapacidad para resolver problemas</i>	5	2	“Tenemos la brecha digital. No van a tener (los viejos) un teléfono inteligente ni va a tener Facebook. Tenemos personas que son adultos mayores que no tienen familiares y necesitan esa asistencia.”- CPI06
<i>Contrapunto- Incapacidad para resolver problemas</i>	1	2	“Personas de una iglesia de Toa Alta le llevaron una compra durante la Semana Santa luego de que llamara a una abogada temiendo quedarse sin comida después de escuchar por la radio que los establecimientos estarían cerrados por varios días por orden de la gobernadora, Wanda Vázquez.”- CPI06
<i>No realizan un trabajo tan bien como los jóvenes</i>	1	0	“Las personas de mayor edad son más vulnerables y muchas no tienen las habilidades tecnológicas para comunicarse con sus seres queridos a través de las diferentes opciones, como pueden ser Facetime, Whatsapp o Skype.”- END14
Carácter-Personalidad			
<i>Se irritan y son cascarrabias</i>	0	0	---
<i>Rígidos e inflexibles</i>	2	1	“Hay que reforzarles la información sobre las posibles consecuencias de la enfermedad y que están siguiendo las medidas preventivas necesarias, “ser un poco más inflexibles en las cosas que no van a permitir los hijos y los

Ítems	END	CPI	Ejemplos
			nietos, independientemente de lo que ellos quieran hacer. Quizás hay que ponerles un poco más de límites y orientarlos acerca de lo que pueda ocurrir en caso de que no se sigan las instrucciones."- END06
<i>Son como niños</i>	0	0	---
<i>Defectos se agudizan con la edad</i>	0	0	---
<i>Chochean (senilidad y falta de lucidez)</i>	0	0	---

El asunto de interés para la selección de las publicaciones (pandemia de COVID-19) está relacionado con el tema de salud, por lo que esta categoría fue la más presente. Entre los estereotipos más frecuentes se encuentran los vinculados con el deterioro de salud y la dependencia. Sin embargo, también se identificaron ejemplos de situaciones en las que se caracteriza a las personas adultas mayores como capaces de valerse por sí mismas, a pesar de sus complicaciones de salud. Cabe destacar que algunas de las verbalizaciones corresponden a fuentes humanas entrevistadas y en otros casos a información basada en los datos disponibles en el momento.

En cuanto a la categoría de motivacional-social las publicaciones de ambos medios (15) hacen referencia a asuntos que muestran que las personas adultas mayores se mantienen interesadas en lo que ocurre y participando en la toma de decisiones. El principal aspecto edadista identificado en esta categoría es la incapacidad para resolver problemas. Por otro lado, se muestran también contrapuntos que hacen frente a esta visión estereotipada de incapacidad y dependencia. Finalmente, en las publicaciones se identificó en menor grado la representación de los ítems de la categoría de carácter-personalidad. En este caso todos los ejemplos hacen referencia al estereotipo de la rigidez e inflexibilidad de las personas adultas mayores.

No se identificó una diferencia considerable entre tipo de publicación. Todas presentaron algún edadismo, según los criterios establecidos. La publicación en la que más verbalizaciones edadistas se identificaron fue un reportaje, la de menos edadismo fue el chequeo de datos. Las imágenes de las publicaciones (14) se incluyeron en el análisis de contenido (véase Apéndice B). Se identificó el estereotipo de salud en 5 fotos, todas de END, específicamente el deterioro mediante la fragilidad o la dependencia. Por otro lado, las 4 imágenes del CPI analizadas en este estudio muestran a personas adultas mayores en sus contextos comunitarios, proyectando una imagen de pertenencia y participación, por lo que hacen referencia a la segunda categoría, motivacional-social, particularmente el contrapunto de pérdida de interés.

Los resultados del análisis de contenido muestran que ambos medios abordaron el tema de los adultos mayores al inicio de la pandemia del COVID-19. En ese momento el discurso principal de fuentes gubernamentales y de salud levantó la alerta de la vulnerabilidad de esta población ante el nuevo virus. En ambos medios las publicaciones presentaron estereotipos edadistas, según presentados en el Cuestionario de Estereotipos Negativos sobre la Vejez (Blanca Mena, Sánchez Palacios & Trianes, 2005); principalmente relacionados con el deterioro de salud y la incapacidad de las personas adultas mayores. Sin embargo, también resaltan cualidades no estigmatizantes de los adultos mayores que sirven de contrapunto, en algunas instancias, al edadismo internalizado en el discurso social.

Discusión

Los resultados del estudio permiten responder los objetivos establecidos. En primer lugar, se identificaron los estereotipos edadistas presentes en las publicaciones de END y el CPI durante los primeros seis meses de la pandemia del COVID-19. Los edadismos más comunes fueron relacionados con la categoría de salud, particularmente el deterioro de salud. Este hallazgo coincide con el estudio de Blanca Mena, Sánchez Palacios & Trianes (2005), donde validaron el Cuestionario de Estereotipos Negativos sobre la Vejez (CENVE) e identificaron que “la mayor parte de los estereotipos negativos sobre la vejez hacen referencia, de una u otra forma, al deterioro de las áreas referidas a la salud, las relaciones interpersonales y los intereses vitales” (p. 218).

El segundo objetivo pretende distinguir los estereotipos edadistas según el instrumento de referencia (CENVE). Aunque el tema de salud fue el más frecuente, se encontraron edadismos en todas las categorías. Sin embargo, también se identificaron contrapuntos, o visiones contrarias a los estereotipos. Ese fue el caso de la categoría motivacional-social. Este hallazgo resulta de mucho valor, porque evidencia que, a pesar de que el deterioro de salud es el edadismo más frecuente, hay una visión menos estereotipada hacia la interacción social de las personas adultas mayores.

Finalmente, se establece una comparación entre la presencia de edadismos y sus contrapuntos en las publicaciones de END y CPI. En ambos medios se encontraron ejemplos de estereotipos hacia las personas envejecidas. Este resultado es importante, ya que según establece Admundsen (2022, p. 330), “la discriminación continuada por motivos de edad en los medios de comunicación se produce porque refleja normas y creencias culturales; de lo contrario, no se consideraría socialmente aceptable”. La principal diferencia entre ambos medios fue la construcción de la vejez a través de las imágenes que acompañan las publicaciones. El CPI utilizó fotos en espacios y entornos reales, que muestran a las personas adultas mayores activas; mientras que en 5 imágenes de END se presenta la fragilidad y el deterioro de salud.

La imagen de las personas adultas mayores que se construyó desde los medios periodísticos durante los primeros seis meses de la pandemia del COVID-19 en Puerto Rico se vincula principalmente con el deterioro de salud. Esto responde a que el tema de interés para la investigación es un asunto de salud. Sin embargo, también se puede vincular con la construcción social que se tiene sobre la vejez y el encuadre que los medios de comunicación utilizan para presentar asuntos particulares. Si bien es cierto que durante esta etapa ocurre un deterioro de salud, no es necesariamente uniforme y estandarizado; más bien está influenciado por el contexto donde la persona se ha desarrollado y envejecido. Los edadismos en los medios periodísticos responden directamente a la internalización de las visiones tradicionales sobre la vejez. Según señalan Funk, Herron, Spencer y Thomas (2021), “las noticias de los principales medios de comunicación ofrecen una visión de cómo el público enmarca las acciones de los adultos mayores en contextos particulares” (p. 507).

La identificación de edadismos en las tres categorías, particularmente en asuntos de salud al inicio de la pandemia de COVID-19 coincide con el estudio de Bravo-Segal y Villar (2020) que concluyó que “la crisis sanitaria provocada por COVID-19 contribuye a reforzar el edadismo, una imagen homogénea de los mayores dominada por estereotipos tradicionales centrados en la vulnerabilidad, la pérdida y la falta de atención” (p. 270). Los resultados muestran cómo los medios periodísticos acogieron el tema de los adultos mayores al inicio de la pandemia, respondiendo a la preocupación global de la vulnerabilidad de este grupo ante el nuevo virus. Sin embargo, este riesgo elevado está más vinculado con las condiciones de vida las personas adultas mayores y no meramente por la edad. Como conclusión a este estudio se describe la imagen que se generó desde los medios periodísticos en torno a las personas adultas mayores al inicio de la pandemia de COVID-19: deterioradas físicamente, dependientes, pero interesadas en entender la situación y mantenerse activas para protegerse de la enfermedad.

Como parte de la responsabilidad de los medios de comunicación es importante el reconocimiento del poder que ejercen en el establecimiento de estereotipos, o sus contrapuntos, en la opinión pública y los conceptos colectivos e individuales sobre la vejez. “Los medios de comunicación y sus discursos mediáticos pueden contribuir a los estereotipos del adulto mayor y así prolongar las desigualdades y el edadismo” (Puerto Rico Public Health Trust, 2022, p. 10), o por otro lado apoyar la deconstrucción de visiones estereotipadas que limitan la vida digna de las personas adultas mayores.

Recomendaciones para evitar los edadismos en los medios periodísticos

A base de la revisión de literatura y los resultados de la investigación, se incluyen recomendaciones para evitar los edadismos en el periodismo. Esta práctica se está incorporando en varios países, anclada en los esfuerzos de la Organización Mundial de la Salud para erradicar el edadismo. Un ejemplo es la *Guía de estilo para comunicar de forma responsable, objetiva y realista sobre las personas mayores en Chile* publicada por la Fundación Geroactivismo en el año 2020. Esta reflexión plantea la oportunidad de utilizar el alcance e influencia de los medios para presentar las vulnerabilidades de las personas adultas mayores sin expresiones que discriminen o subestimen sus capacidades. Los medios periodísticos deben revisar las guías y manuales de estilo para evitar perpetuar el edadismo en las publicaciones. A continuación, algunas recomendaciones específicas:

- Identificar y deconstruir los discursos edadistas que definen a las personas adultas mayores como: enfermas, frágiles, débiles, dependientes, incapaces, rígidas y añejadas.
- Validar la vejez como otra etapa de la vida con características y necesidades particulares. Evitar términos como tercera edad, edad dorada u otras referencias en diminutivo, como viejito.
- Valorar la diversidad de las personas mayores. Evitar la generalización de conceptos como abuelos o jubilados como referencia al colectivo de personas mayores. Utilizar términos más amplios como personas adultas mayores o personas envejecidas. Seleccionar imágenes que representen esta diversidad.

- Reconocer que la vejez y el envejecimiento implican deterioro físico, pero no de forma lineal o uniforme. En su mayoría responde a las condiciones de vida de las personas a través del tiempo.
- Reconocer que la vejez no implica pérdida de memoria o función cognitiva en todas las personas. Eliminar el uso del término demencia senil, ya que no está categorizada como un tipo de trastorno neurocognitivo.
- Valorar las aportaciones de las personas adultas mayores, sin idealizar las situaciones cotidianas que les mantienen activos en sociedad (trabajar, estudiar, etc). Es necesario no romantizar situaciones que vulnerabilizan a personas en este grupo edad, como por ejemplo los asuntos relacionados con la pobreza.
- Reconocer que las personas adultas mayores tienen intereses y vínculos familiares, de amistad y afectivos similares a cualquier persona de menos edad.
- Identificar e interpretar adecuadamente los datos sobre las situaciones que afectan a las personas adultas mayores dentro de su contexto.
- En situaciones en las que haya riesgo a la salud, bienestar o seguridad de las personas adultas mayores es importante hacer énfasis en el contexto dentro del cual ocurre el riesgo y resaltar que no es un mero asunto de edad, sino de la manera en la que se envejece individual y colectivamente. Se deben tomar en cuenta: acceso a servicios de salud, vivienda, trabajo, entre otros, a través de todo el curso de la vida.

Referencias

- Alonso Palacio, L. M., & Marchán Cárdenas, J. C. (2022). Envejecer en una era mediática: retos individuales y de salud pública ante el edadismo en medios de comunicación. *Salud Uninorte*, 38, 1-4.
- Amundsen, D. (2022). Being Called “Elderly” Impacts Adult Development: A Critical Analysis of Enduring Ageism During COVID in NZ Online News Media. *Journal of Adult Development*, 29, 328–341. <https://doi.org/10.1007/s10804-022-09405-8>
- Arévalo Martínez, Rebeca. & Cancelo Sanmartín, M. (2018). Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24: 2, 1043-1055.
- Blanca Mena, M. J., Sánchez Palacios, C., & Trianes, M. V. (2005) Cuestionario de evaluación de estereotipos negativos hacia la vejez. *Revista Multidisciplinaria de Gerontología*, 15, 212-220.
- Bravo Segal, S. (2018). Edadismo en medios masivos de comunicación: una forma de maltrato discursivo hacia las personas mayores. *Discurso & Sociedad*, 1, 1-28.
- Bravo Segal, S., & Villar, F. (2020). La representación de los mayores en los medios durante la pandemia COVID-19: ¿hacia un refuerzo del edadismo? *Revista Española de Geriatria y Gerontología*; 55, 266-271. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2020.06.002>
- Coman, C., Goian, C., Bularca, M.A., & Vlaicu, L. (2021). The role of online media channels in portraying the effects of the COVID-19 pandemic on vulnerable groups. 76th *International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 77-86.
- Departamento de Salud de Puerto Rico. (2023). Sistema de Vigilancia Epidemiológica de COVID-19. *Defunciones por COVID-19 en Puerto Rico*. https://www.salud.gov.pr/estadisticas_v2#defunciones.

- Fraser, S., Lagacé, M., Bongué, B., Ndeye, N., Guyot, J., Bechard, L., Garcia, L., Taler, V., Adam, S., Beaulieu, M., Bergeron, C. B., Boudjemadi, V., Desmette, D., Donizzetti, A., Éthier, S., Garon, S., Gillis, M., Levasseur, M., Lortie-lussier, M., Marier, P., Robitaille, A., Sawchuk, K. Lafontaine, C., & Tougas, F. (2020). Ageism and COVID-19: what does our society's response say about us? *Age and Ageing, 49*, 692-695. <https://doi.org/10.1093/ageing/afaa097>.
- Fuentes-García, A., & Osorio-Parraguez, P. (2020). Una mirada a la vejez en tiempos de pandemia: desde el enfoque de curso vida y desigualdades. *Revista chilena de Salud pública, 0*, 90-102.
- Fundación Geroactivismo. (2020). Guía de estilo para comunicar de forma responsable, objetiva y realista sobre las personas mayores en Chile. <https://www.decadeofhealthyageing.org/es/find-knowledge/resources/publications/gu%C3%ADa-de-estilo-para-comunicar-de-forma-responsable-objetiva-y-realista-sobre-las-personas-mayores-en-chile>.
- Funk, L.M., Herron, R.V., Spencer, D., & Thomas, S. L. (2021). Aggression and Older Adults: News Media Coverage across Care Settings and Relationships. *Canadian Journal on Aging, 40*, 500–511. doi:10.1017/S0714980820000197.
- Guarinos, V., & Martin-Pena, D. (2022). Vejez y radio en la pandemia: el caso de la Cadena SER y Radio Nacional de España. *Cuadernos.info, 51*, 138-158. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.27787>
- Jiménez-Sotomayor, M.R., Gómez-Moreno, & C. and Soto-Perez-de-Celis, E. (2020). Coronavirus, Ageism, and Twitter: An Evaluation of Tweets about Older Adults and COVID-19. *Journal of the American Geriatrics Society, 68*, 1661-1665. <https://doi.org/10.1111/jgs.16508>.
- Lloyd-Sherlock, P., Guntupalli, A. & Sempé, L. (2022). Age discrimination, the right to life, and COVID-19 vaccination in countries with limited resources. *Journal of Social Issues, 78*, 883– 899. <https://doi.org/10.1111/josi.12561>
- Lucca Irizarry, N., & Berríos Rivera, R. (2003). *Investigación cualitativa en educación y ciencias sociales*. San Juan, PR: Publicaciones Puertorriqueñas.

- Menéndez Álvarez-Dardet, S., Cuevas-Toro, A.M., Pérez-Padilla, J. & Lorence Lara, B. (2016). Evaluación de los estereotipos negativos hacia la vejez en jóvenes y adultos. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 51, 323-328. <http://dx.doi.org/10.1016/j.regg.2015.12.003>.
- Msughter, AE.; & Phillips, D. (2020). Media Framing of Covid-19 Pandemic: A Study of Daily Trust and Vanguard Newspapers in Nigeria. 2020. *International Journal of Health, Safety and Environment (IJHSE)* 6, 5, 588 – 596.
- Oficina de la Procuradora de las Personas de Edad Avanzada. (2022). *Perfil Demográfico de la Población de Edad Avanzada: Puerto Rico y el Mundo*.
<https://agencias.pr.gov/agencias/oppea/procuraduriaprogramas/Informacin/Perfil%20Demogr%C3%A1fico%20Personas%20Edad%20Avanzada%20%20PR%20y%20El%20Mundo%202022.pdf>
- Parales, C. J.; & Dulcey-Ruiz, E. (2002). La construcción social del envejecimiento y de la vejez: Un análisis discursivo en prensa escrita. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 2002, 34, 107-121.
- Puerto Rico Public Health Trust. (2022). *Edadismo y disparidades en personas adultas mayores de 50 en Puerto Rico*. <https://prsciencetrust.org/wp-content/uploads/2022/05/Book-PRPHT-Ageism-Rev05-3.pdf>
- Rodríguez-Mañas, L. & Rodríguez-Sánchez, I. (2022). COVID-19 en las personas mayores: lecciones por aprender. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 57, 289-290.
- Santos Gil, H. (2021). *La desprotección de los mayores en la publicidad y en los medios de comunicación*. Trabajo de fin de grado. Universidad de Sevilla.
- Soto Pérez de Celis, E. (2020). Social media, ageism, and older adults during the COVID-19 pandemic. *EClinical Medicine*, 29-30. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2020.100634>.
- Tarazona- Santabalbina, F. J., Cámara de las Heras, J. M., Vidán, M. T., & García Navarro, J. A. (2020). Enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19) y edadismo: revisión narrativa de la literatura.

Revista Española de Geriatria y Gerontología, 56(1): 47–53.

<https://doi.org/10.1016/j.regg.2020.08.002>

Weir, K. (2023). Ageism is one of the last socially acceptable prejudices. Psychologists are working to change that. *Monitor on Psychology*, 54, 2. <https://www.apa.org/monitor/2023/03/cover-new-concept-of-aging>

Yang, F. L., Nok Au, A. T., Hei Wong, J. Y., & Qun Lou, V. W. (2022). The deprived or the devil? A content analysis of the media representation of older adults under COVID-19 in Hong Kong. *Ageing & Society*, 43, 1–22. doi:10.1017/S0144686X22000587.

Apéndices

Apéndice A: Planilla de análisis

ID del artículo:

1. Nombre del periódico:
2. Fecha de publicación:
3. Título de la publicación:
4. Autor:
5. Tipo de publicación:
6. Sección del periódico donde se encuentra el artículo publicado:
7. Enlace:
8. *Lead* del artículo (texto completo):

Categorías de análisis	Ausencia	Presencia	Contrapunto	Citas	Observaciones de la imagen en el reportaje	Comentarios generales
Salud						
DM- deterioro de memoria						
EM- enfermedades mentales						
DS- deterioro de salud						
I- incapacidades por las que dependen de los demás						
DC= deterioro cognitivo es inevitable en la vejez						
Motivacional-Social						
IS= menos interés por el sexo						
MA= menos amigos						
I= pérdida de interés						
RP= incapacidad para resolver problemas						
T= no realizan un trabajo tan bien como los jóvenes						
Carácter-personalidad						
I=se irritan y son cascarrabias						
RI= rígidos e inflexibles						
N=son como niños						

Categorías de análisis	Ausencia	Presencia	Contrapunto	Citas	Observaciones de la imagen en el reportaje	Comentarios generales
D= los defectos se agudizan con la edad						
C= chochean (senilidad, falta de lucidez)						

Apéndice B: Ejemplos de imágenes analizadas



END05



END08



END09



END07



END26



CPI03



CPI04



CPI06