

## **MANIFIESTO DE LOS ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD PERMANENTE.**

**Resultado del trabajo de la asignatura desarrollada en la Universidad de Alicante- Universidad Permanente entre el 17/10/2006 y el 30/11/2006**

### **LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: TRATAMIENTO DE UNA PRESENCIA (I) - Código- 90474**

Que perseguía estos objetivos:

*Conocer y analizar los diferentes medios de comunicación así como el tratamiento que reciben los mayores en los medios de comunicación españoles: prensa, publicidad y televisión. Desarrollar una metodología de trabajo con el objeto de organizar grupos de análisis e investigación para hacer un seguimiento de la realidad mediática española referente al tratamiento de los mayores por los medios de comunicación.*

### **“Consideraciones y reflexiones críticas sobre la imagen que de los mayores dan los medios de comunicación”**

Una vez finalizada la asignatura y con los resultados obtenidos por los observatorios creados en los diversos medios de comunicación abordados, queremos denunciar las siguientes realidades:

- La visibilidad del colectivo en los medios es prácticamente nula. Estamos ausentes.
- La presencia sólo se hace efectiva cuando el ámbito es el de los sucesos o el de la crónica rosa.
- La tendencia generalizada es la de remarcar nuestros defectos y no exaltar nuestros valores. La asociación de conceptos que no tienen por qué pertenecer al ámbito de los mayores es habitual.
- Se nos trata tópica e inadecuadamente y de un modo no proporcional al porcentaje existente de personas mayores en la sociedad española.
- El colectivo aparece de una forma homogénea. La ausencia de rigor se une al exceso de estereotipos y a la falta de reflexión sobre la realidad de una heterogeneidad nunca presente y que sin embargo forma parte de la realidad del mayor actual.
- La no aceptación por parte de los medios de una nueva cultura en la que se facilita la colaboración intergeneracional, se hace visible al remarcar las tendencias informativas de hoy en día. Estas destacan los intereses contrapuestos y potencian la fractura de la unidad entre las distintas generaciones que conviven. Nunca se habla de valores que una

intergeneracionalidad bien aplicada puede aportar a la imagen del mayor.

- El lenguaje se utiliza de una forma discriminatoria y negativa. La normalización y positividad en el lenguaje no es habitual y por ello la falta de respeto a los mayores se hace presente.
- Se convierte en algo habitual la utilización de la imagen del mayor bajo coartada informativa para crear sentimientos o manipular. Encontramos que se utiliza la imagen degradada del mayor alejándose de la señalización de problemáticas reales en un todo por la audiencia sin sentido e irreal.
- Nuestra voz es autorizada en muy pocas ocasiones. Formamos parte de la sociedad y nuestra participación en los medios no se corresponde con el porcentaje de mayores en la sociedad española.
- Nuestros hábitos de consumo son tratados con condescendencia y a la ligera. Somos consumidores adultos capaces de tomar nuestras propias decisiones.

**Ante estas realidades, comprobadas y analizadas, los participantes en esta asignatura demandan a los medios de comunicación:**

- 1. En el 'tratamiento': abandonar los estereotipos y tópicos generalizados, que inducen a una imagen errónea alejada de la heterogeneidad y pluralidad de las personas mayores.**
- 2. En la presencia: necesidad de ofrecer una visibilidad normalizada como parte activa de la sociedad.**
- 3. En la imagen: abandonar el empleo de la imagen degradada y discriminatoria de mayores, buscando que la mirada de los medios sea positiva y remarque sus valores.**
- 4. En el lenguaje: necesidad de unificación de criterios, empleando una terminología adecuada, correcta y respetuosa con las personas mayores.**
- 5. En la publicidad: el trato como consumidores adultos capaces de tomar nuestras propias decisiones.**
- 6. En la información: dar cabida a los temas de interés, con el espacio que nos corresponde.**

7. En la participación: la presencia de voces/personas autorizadas que reflejen cómo somos y nuestra posibilidad de contribución social dentro de una perspectiva intergeneracional.

En suma, un acercamiento de los medios de comunicación a la realidad de las personas mayores, a sus necesidades, demandas y perfiles.

Los alumnos matriculados en la asignatura de la Universidad Permanente

**LAS PERSONAS MAYORES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION:  
TRATAMIENTO DE UNA PRESENCIA (COD. 90474 -4 CD)**

Firman el documento titulado **“Consideraciones y reflexiones críticas sobre la imagen que de los mayores dan los medios de comunicación”** como resultado final de la experiencia y análisis realizados en dicha asignatura.



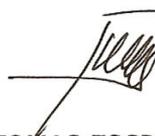
JOSEFINA BALLESTER PEREZ



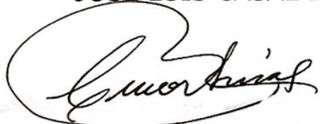
FCO. MIGUEL BERNABEU PENALVA



JOSE LUIS CASAL DEVESA



TOMAS ESCRIVA PEÑA



CONCEPCION MARTIN MAS



JOSE MORCILLO MARQUES



JOSE MARIA ONCINA GOMIS



CARMEN RIERO PALOMO



MARIA SERRANO PEREZ



ISABEL PEREZ ARIAS

En Alicante, el 30 de Noviembre de 2006