

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 34

JÓVENES Y NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

3ER TRIMESTRE, JULIO 2021 | RESEÑAS | PP. 369-373

RECIBIDO: 27/4/2021 – ACEPTADO: 15/7/2021



LA ISLA ETARIA. TERCERA EDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

VIRGINIA GUARINOS (COORD.)

READUCK EDICIONES

SEVILLA, 2021

208 PP.

ISBN: 9788418406317

DARÍO BERCIANO-GARRIDO / BERCIANOGARRIDO@GMAIL.COM

DOCTORANDO EN COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD DE SEVILLA, ESPAÑA



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

La representación de la tercera edad en los medios de comunicación es protagonista en *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*, un estudio novedoso que profundiza en la imagen, representación y mensajes transmitidos sobre la tercera edad, desde el espacio radiofónico, televisivo y cinematográfico, y también desde las redes sociales, la publicidad o el mundo del videojuego. El objetivo que persigue la obra es acabar con los estereotipos asociados a este colectivo y fomentar la crítica y el cambio social. De esta forma se reclama la importancia de la población envejeciente, visibilizando a las personas mayores de 65 años, las cuales, frecuentemente, se encuentran silenciadas desde los medios de comunicación. En definitiva, se trata de un volumen que invita a la reflexión y deber ser considerado totalmente necesario a nivel científico y divulgativo.

PALABRAS CLAVE

Tercera edad; medios de comunicación; radio; televisión; cine; publicidad; redes sociales; videojuegos

ABSTRACT

The representation of the elderly in the mass media is the protagonist in *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*, a novel study that delves into the image, representation and messages transmitted about older people, from the radio, television and cinematographic space, and also from social networks, advertising or the world of video games. The aim of the work is to put an end to the stereotypes associated with this group and to encourage criticism and social change. In this way, the importance of the aging population is claimed, making people over 65 years old visible, as they are frequently silenced by the media. In short, it is a volume which invites reflection and should be considered totally necessary at a scientific and informative level.

KEYWORDS

Elderly people; mass media; radio; TV; cinema; advertising; social network; video games

1. RESEÑA

La imagen de la tercera edad proyectada a través de los medios de comunicación y sus productos (desde los ficcionales hasta los comprendidos en la no ficción) se posiciona como eje central que configura el presente libro: *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*, un estudio que abarca el medio radiofónico, televisivo y cinematográfico, así como la publicidad, las redes sociales o el mundo del videojuego; por tanto, se trata de un trabajo global, conformado por rigurosos análisis que profundizan en los discursos y representaciones de los medios en relación a un sector concreto de la población, los mayores de 65 años. Productores y oyentes radiofónicos, personajes de cine y de series de ficción, protagonistas en formatos de éxito de los últimos años, en las redes sociales y en la publicidad... se convierten en el centro de atención de este estudio, desde donde se reclama su espacio e importancia, otorgando voz y visibilidad a un colectivo que, normalmente, desde los medios se encuentra silenciado. Asimismo, el libro se acoge a la transmedialidad¹, en este caso, mediante la escucha del programa radiofónico *La isla etaria (RadiUS²)*, que sirve de extensión y complemento a los temas tratados.

El volumen está coordinado por Virginia Guarinos (Universidad de Sevilla), directora del equipo de investigación AdMira (Análisis de medios, imágenes y relatos audiovisuales para el cambio social), y responde al interés científico que esta temática merece, ya que, la tercera edad es un colectivo que, «desafortunadamente, constituye uno de los más maltratados en representación y existencia en los medios» (p. 9), tal y como ella misma señala. Su presentación se ha manifestado a razón de estereotipos, los cuales han sido reproducidos sistemáticamente, impidiendo de esta forma percibir una realidad que va más allá del/la anciano/a ligado/a a limitaciones y cuidados externos o, en oposición, la vejez como edad dorada. De este modo, *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*, además de ser una aportación totalmente necesaria, aparece en un momento preciso, cubriendo la casi nula existencia de estudios etarios³ en comunicación audiovisual en España. En este sentido, la presente obra, partiendo de los estudios sobre la edad y el envejecimiento, abraza a los estudios culturales, a los estudios de género y a los estudios audiovisuales (radiofónicos, fílmicos o televisivos, entre otros), permitiendo así, desde las múltiples disciplinas tratadas, «estudiar los discursos, prácticas y representaciones que construyen el significado social y cultural de la edad y del envejecimiento» (p. 13), como expone Francisco A. Zurian (Universidad Complutense de Madrid), quien realiza un notorio prólogo.

Por otra parte, los diferentes textos que articulan el libro presentan una rica variedad de contenidos, favoreciendo una visión panorámica de los múltiples aspectos de la vejez al abordar ámbitos audiovisuales de distinta índole con sus respectivas historias y narrativas. En dichos textos se aprecia una clara estructuración que facilita la lectura y, a su vez, son abordados con rigor y profundidad, dando como resultado unos análisis completos y novedosos, cuyo objetivo final es favorecer el cambio social a raíz de la visualización de las discriminaciones que sufren el colectivo de la tercera edad. Igualmente, las referencias bibliográficas que acompañan a cada uno de los textos facilita los trabajos futuros de otros/as investigadores/as que deseen continuar

¹ La narrativa transmedia hace referencia a un tipo relato que es presentado desde diferentes formatos, medios y plataformas de comunicación.

² RadiUS: la radio de la Universidad de Sevilla.

³ El vocablo etario hace referencia a una franja social determinada por la edad y pertenencia a una etapa específica del ciclo de vida humano.

por esta línea de investigación. En suma, *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*, no es solo una lectura sobre la representación del ser humano de más de 65 años en los medios, sino que pretende concienciar al lector de los problemas reales a los que se enfrenta este amplio sector de la población; despertar el espíritu crítico y fomentar la investigación en este campo de estudio que posee una relevancia fundamental en términos sociales y académicos. Por consiguiente, el contenido del volumen surge en torno a esta necesidad investigadora.

El libro está compuesto por diez capítulos, realizados gran parte de estos por investigadores/as pertenecientes al ya citado equipo de investigación AdMira. Después de un texto preliminar que sirve de toma de contacto con la obra y de un acertado prólogo, el primer capítulo, escrito por Virginia Guarinos, estudia el medio radiofónico y la relación existente con el sector envejeciente, tanto desde una posición de consumidor como de productor de mensajes; se interesa de esta manera por la cantidad y tipologías de programas ofertados y dedicados por y para la tercera edad, realizando un rastreo de programas principalmente en las cuatro radios generalistas con más audiencia en España: Cadena SER, COPE, Onda Cero y RNE, además de recurrir a otras de ámbito autonómico o local que permite completar el estudio. Tras este comienzo, Valerio Durán Manso aborda la construcción y representación de personajes masculinos envejecientes en el cine de autor del italiano Paolo Sorrentino, desde un caso de estudio concreto: *La juventud* (*Youth*, 2015), profundizando en la obra y repercusión de la misma, y sobre todo atendiendo a sus protagonistas: Fred Ballinger (80) y Mick Boyle (79). A continuación, María Toscano Alonso reflexiona sobre las representaciones de grupos etarios en la ficción televisiva, y especialmente se preocupa por *Grace and Frankie*, serie de Netflix que se aleja de los estereotipos y adopta narraciones más complejas y novedosas en sus protagonistas, donde aparecen nuevos «sueños, deseos, inquietudes y experiencias, que se alejan del rol de abuelas y madres tradicionales» (p. 66). En el cuarto capítulo la televisión permanece en el punto de mira, en este caso, atendiendo a *La Resistencia*, un late night de gran éxito con un indudable *target millennial*⁴ en el que sorprendentemente aparece *La Yaya's Week*, un espacio dedicado a mujeres de más de 65 años (María Teresa Campos [78], Consuelo Alonso [71], Manuela Carmena [75] y la hasta entonces desconocida Chon Álvarez [90]), que rompen los estereotipos asociados a la edad y el cual es estudiado minuciosamente por Laura Pacheco Jiménez.

Las redes sociales son el fenómeno elegido por Inmaculada Gordillo y Sergio Toledano para desarrollar el quinto capítulo, sumergiéndose en la utilización de Instagram, Facebook, Twitter o YouTube por parte de los/as adultos/as mayores, evidenciando el exponencial acceso a las nuevas tecnologías de estas personas, visibilizando los diferentes intereses temáticos de dichos perfiles y rompiendo el estereotipo social del envejeciente concebido «como una persona con las condiciones mentales mermadas, cierta torpeza y alejada de las nuevas tecnologías e internet» (p. 96). En el siguiente capítulo, Inmaculada Sánchez-Labela Martín indaga en la actividad publicitaria y su conexión con la representación del cuerpo humano; en particular estudia al cuerpo femenino y realiza un recorrido a través de diferentes marcas y productos que «han recurrido al cuerpo envejecido para que este nos haga llegar un mensaje relevante» (p. 114). El videojuego, su práctica desde la tercera edad y el tratamiento informativo recibido en la prensa online especializada (española) es la temática escogida por Francisco Javier López Rodríguez e Irene Raya Bravo. De este modo, los autores aportan tres casos individuales de personas ma-

⁴ Hace referencia a la generación que ha crecido con las nuevas tecnologías y la cultura popular desarrolladas entre los años 1980 y 1994-2000 aproximadamente.

yores (*gamers*) y discuten acerca del enfoque informativo planteado, así como los contenidos asociados a los jugadores ancianos y prestando atención a la reacción de los lectores de los medios digitales que se hacen eco de estas actividades.

El octavo capítulo, realizado por Irene Liberia Vayá y Sergio Cobo-Durán, ofrece una investigación focalizada en la representación o ausencia de sexo en el colectivo que concierne a la tercera edad; partiendo de las siguientes preguntas: «¿el cine ayuda a romper el tabú de la sexualidad en la vejez? (...) ¿o, por el contrario, siguen difundiendo estereotipos y negando la erótica en el último período de la vida?» (p. 140). Su estudio se inicia con una vinculación triangular entre sexo, belleza y juventud que (por oposición) tenderá a caracterizar y condicionar las representaciones de los personajes envejecidos en el panorama cinematográfico. Las nuevas marcas tecnológicas, los problemas de la tercera edad con la tecnología y los discursos publicitarios con personas mayores comprenden el objeto de estudio de Miguel Ángel Pérez-Gómez, quien manifiesta que existe «un discurso publicitario centrado en exceso en el público más joven y de manera bastante marginal en los mayores de 65 años» (p. 155), e indicando que, cuando aparecen, en la mayoría de los casos intervienen ligados al desfase y la obsolescencia. La última contribución es llevada a cabo por María Isabel Menéndez Menéndez (Universidad de Burgos), invitada especial en este volumen. Su capítulo versa sobre la película gallega *O que arde* (2019), dirigida por Oliver Laxe y protagonizada por el personaje de Benedicta Sánchez Vila (interpretado por San Fiz de Paradela, 1935). El texto, desde una perspectiva feminista y etaria, aborda la representación de Benedicta, la cual «escapa a la construcción estereotípica de los personajes femeninos, definidos casi siempre por prejuicios etarios, subordinados a los papeles masculinos y oprimidos por cánones de belleza asfixiantes» (p. 169).

A través de los capítulos que componen *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*, el lector adquiere múltiples e importantes conocimientos sobre la construcción y representación de los mayores en los medios de comunicación; desde programas radiofónicos y televisivos nacionales, cine y producciones de ficción internacionales, o geográficamente delimitado como el Novo Cinema Galego, hasta espacios publicitarios y nuevas tecnologías, las redes sociales o el videojuego... todo ello con un denominador común, un grupo social transcendental como es, sin duda, la población envejeciente. De esta forma, la lectura de los textos (algunos con carácter más general y otros con casos de estudios concretos) se traduce en nuevas perspectivas que apuestan por visibilizar al colectivo mayor de 65 años lejos de los antiguos (y en algunos momentos degradantes) estereotipos que la sociedad ha depositado sobre este.

La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación se convierte así en un libro imprescindible, oportuno y completo, que invita a la reflexión y, desde un nivel superior, al cambio social. Las 208 páginas que conforman el libro son precisas, amenas y versan sobre temas y asuntos de inmediata actualidad. Asimismo, los análisis y estudios presentes en la obra van más allá de las fronteras, ya que, el problema al cual se enfrentan afecta a la mayoría de lugares del mundo. Por ello, el presente volumen debe ser considerado totalmente necesario a nivel científico y divulgativo. En otro orden, se trata de una edición cuidada al más mínimo detalle, donde la calidad de impresión y diseño ponen el *broche de oro* a *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*. En definitiva, como apunta Virginia Guarinos, coordinadora de este libro tan acertado, «si ya están preparados y preparadas, enfúndense el neopreno y acompáñennos buceando rumbo a la isla etaria» (p. 10).