**Personas mayores en los medios digitales peruanos durante la pandemia por COVID-19**

*Older adults in Peruvian digital media during COVID-19 pandemic*

*Pessoas idosas na mídia digital peruana durante a pandemia COVID-19*

Miguel Angel Angulo-Giraldo

Gabriela Ramos Bonilla

Haydee Chamorro García

Linda Colonia

Satty Fernandez-Alvarado

**RESUMEN:** Este artículo analiza el tratamiento mediático que se le otorgó a las personas adultas mayores en los medios digitales en el contexto del COVID-19 en el Perú durante las primeras semanas de aislamiento social.La metodología fue de tipo documental de tipo exploratoria que utilizó los marcos analíticos de la teoría del *framing* y viejismo para analizar 99 notas periodísticas. Se concluyó que el tratamiento mediático de las personas mayores ha reproducido estereotipos “viejistas”. Se tendió a representarlos como un grupo homogéneo asociado con la dependencia económica, vulnerabilidad, así como falto de agencia y poder de decisión.

**Palabras clave:** Viejismo; COVID-19; Tratamiento informativo; Frames; Medios de comunicación.

***ABSTRACT:*** *This article analyzes the treatment that was given to the elderly by the digital media in the context of COVID 19 in Peru during the first weeks of the mandatory social isolation measure. Documentary research and exploratory methodology were used, as well as, analytic frameworks of framing theory and ageism to analyse a group of 99 journalistic notes.**The findings showed that the media treatment of older adults during the COVID-19 pandemic has reproduced ageist stereotypes. They were represented as a homogeneous group which is associated to economic dependence, vulnerability, as well as, lacking of agency and decision-making power.*

***Keywords:*** *Ageism; COVID-19; Informative treatment; Frames; Media.*

***RESUMO****: Este artigo analisa o tratamento midiático concedido aos idosos nas mídias digitais no contexto do COVID-19 no Peru durante as primeiras semanas de isolamento social. A metodologia foi do tipo documental exploratório que utilizou os referenciais analíticos da teoria do enquadramento e do oldismo para analisar 99 notas jornalísticas. Concluiu-se que o tratamento midiático do idoso reproduziu estereótipos “à moda antiga”. Eles tendiam a representá-los como um grupo homogêneo associado à dependência econômica, vulnerabilidade, bem como à falta de autonomia e poder de decisão.****Palavras-chave****: Idadismo; COVID-19; Tratamento informativo; Molduras; Meios de comunicação.*

# Introducción

Las personas adultas mayores y su problemática se han convertido en un tema importante en la agenda social y mediática. Primero, este grupo etario protagoniza una de las revoluciones demográficas más importantes de nuestros tiempos: el envejecimiento de la población a nivel mundial; segundo, desde el primer caso de COVID-19 en el mundo a fines de 2019, este grupo poblacional ha sido puesto en el centro del debate público en la medida en que los espacios de comunicación se refieren a ellos en relación con este virus.

El envejecimiento de las sociedades podría ser considerado uno de los más grandes logros de la humanidad debido a que es la expresión del desarrollo económico, social y científico que ha generado la reducción de las tasas de fertilidad y mortalidad en el mundo, permitiendo que vivamos una vida más larga. Debido a eso, la estructura de edades de la población está cambiando gradualmente: la proporción de personas de 60 años y más está aumentando, mientras los grupos de edades más jóvenes disminuyen (Ramos, 2016, p. 141). Por ello, a nivel mundial, la población adulta mayor pasará de representar del 12.3% al 21.5% de la población total entre el año 2015 y el 2050 (HelpAge International, 2015, p. 1).

Los países de América Latina, como el Perú, están siguiendo esta misma tendencia siendo considerados parte de una de las regiones que envejece de manera más acelerada en el mundo (Huenchuan, 2018, p. 11). En 1950, la población peruana era considerada mayoritariamente joven, para 2020, la situación cambió. Así, el 12.7% de la población tiene 60 años o más y en el año 2050 este grupo representará el 22% de la población nacional (INEI, 2020, p. 1). Asimismo, el 43.9% de las familias peruanas tiene entre sus miembros a una persona adulta mayor y 27.4% de estos núcleos familiares tiene a una de estas personas como jefe o jefa de hogar (INEI, 2020, p. 2).

No obstante, esta transformación y los desafíos que conlleva suelen ser entendidos política y económicamente como una “catástrofe mundial” debido al alto costo que supondría para la sociedad cargar con el peso de una población considerada dependiente. Esta preocupación se encuentra aún más presente en las regiones del mundo que presentan mayores niveles de pobreza y desigualdad, como es el caso del Perú (Ramos, 2016). Las personas adultas mayores peruanas por lo general no tienen acceso a la seguridad en salud o social, presentan altos grados de analfabetismo y violencia (INEI, 2020, pp. 5, 10, 13).

Del mismo modo, las personas adultas mayores y la vejez suelen ser percibidas de manera negativa en nuestras sociedades, recibiendo discriminación y estereotipación sistemática por motivos de su edad (Butler, 1969) y, como consecuencia, propician su exclusión social. Este tipo específico de discriminación llamado “viejismo” (*ageism*), asocia el envejecer y a las personas adultas mayores con la enfermedad, la dependencia, la pérdida de capacidades físicas y mentales, la soledad, la inflexibilidad de comportamiento, la improductividad etc. (Ramos, & Tirado, 2019).

En el contexto del COVID-19 en el mundo, profesionales de la salud han advertido que las personas adultas mayores son quienes se encuentran en un mayor riesgo de ser afectadas negativamente por esta enfermedad. La evidencia muestra una mayor prevalencia de muerte a medida que aumenta la edad del paciente; presentando un 3.6% de mortalidad quienes tienen entre 60 y 69 años de edad y 18% para quienes son mayores de 80 años (Liu, Chen, Lin, & Han, 2020; Banerjee, 2020). El Perú, el sexto país con más casos de contagio por COVID-19 en el mundo, evidencia tendencias similares, siendo 18 354 las personas adultas mayores fallecidas hasta el 18 de agosto de 2020[[1]](#footnote-1).

Sin embargo, la edad cronológica o el número de años de las personas no son, en sí misma, un factor de riesgo. Esta afirmación genera homogeneización de una población que es altamente heterogénea. El verdadero factor de riesgo a ser evaluado es la “edad fisiológica”, es decir, la fortaleza de su sistema inmunológico y reserva funcional que da cuenta de la capacidad de una persona para responder y hacer frente a esta enfermedad; por lo tanto, quienes gozan de un mejor estado de salud y menor presencia de enfermedades crónicas (diabetes, hipertensión etc.) contarían con mayores condiciones biológicas de sobrevivencia (Pinazo-Hernandis, 2020; A[yalon,](http://europepmc.org/authors/0000-0003-3339-7879) [Chasteen,](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Alison%20Chasteen%22) [Diehl,](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Manfred%20Diehl%22) & [Levy](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Becca%20Levy%22), 2020). En el caso del Perú, esto implicaría que la mayoría de la población adulta mayor del país se encuentre en riesgo debido a que la tasa de morbilidad y comorbilidad en las vejeces de nuestro país es sumamente alta; el 82.3% de mujeres mayores presenta algún problema de salud crónico, y en el caso de hombres, el 72.9% (INEI, 2020).

Asumir que todas las personas adultas mayores son igualmente vulnerables ante este virus y formular estrategias sociosanitarias desde los gobiernos de distintas naciones del mundo basados en estos prejuicios ha sido considerado “viejista” por diversas organizaciones internacionales y profesionales expertos del campo gerontológico (Previtali, Allen, & Varlamova, 2020; Fraser, 2020), los cuales denuncian afectaciones negativas a nivel macrosocial e individual en las dimensiones emocional, psicológica y económica de la persona adulta mayor (Rahman, & Jahan, 2020; Berg-Weger, & Morley, 2020; Naciones Unidas, 2020; Chang, *et al.,* 2020) debido a que la asociación de vejez con enfermedad o dependencia podría generar mayor estigmatización, marginación y abuso de esta población, lo cual atenta contra su autonomía, dignidad y capacidad de resiliencia (Banerjee, 2020).

Igualmente, las políticas de protección social de esta población durante la pandemia han reforzado una imagen de estos sujetos como receptores pasivos de servicios del Estado y cuidados públicos y familiares, así como, caracterizados por la indefensión y fragilidad (A[yalon,](http://europepmc.org/authors/0000-0003-3339-7879) [Chasteen,](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Alison%20Chasteen%22) [Diehl,](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Manfred%20Diehl%22) & [Levy](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Becca%20Levy%22), 2020). Por ello, en el afán de garantizar su protección, se les sobreprotege al indicarles qué hacer, se toman decisiones sin contar con su opinión, lo cual anula su autonomía e independencia (Naciones Unidas, 2020).

Estas representaciones sociales de la vejez en el contexto del COVID-19 han sido difundidas a través de los espacios sociales de interacción digital, los espacios públicos no online, los discursos públicos de las autoridades políticas, así como los distintos medios de comunicación a nivel mundial. Los mensajes se han agudizado y los medios han cobrado un mayor impacto y presencia en nuestra cotidianeidad. El 42% de las personas indica pasar más tiempo en redes sociales que antes de la pandemia, la misma cantidad destaca estar más conectada a programas televisivos y un 18% asevera leer más diarios. Del mismo modo, el 59% de las personas adultas mayores afirma ver más programas de noticias (Global Web Index, 2020). En el caso peruano, Datum (2020) estima que los medios de comunicación son 96% más consumidos en este contexto, e igualmente el tiempo de navegación en las redes sociales se incrementó en 2 horas y 49 minutos respecto del tiempo utilizado para dicho fin antes de la cuarentena (DATUM, 2020).

Debido a la coyuntura del COVID-19, el tratamiento informativo de los medios de comunicación acerca de las personas adultas mayores y la presencia de estereotipos sobre esta población cobra particular relevancia social y académica. En esa línea, es importante observar que los medios de comunicación funcionan como “institucionalizadores sociales de los sentidos […] [que hacen] tangible la memoria de la ‘realidad’ y operan como espacios de memoria histórica” (Angulo Giraldo, 2018, p. 19); es decir, reconfiguran la realidad mediática y pública, y en ella, establecen percepciones en las que cada grupo social tiene una identidad y un rol que cumplir.

Los antecedentes de la presente investigación, según las bases de datos Scopus y Dimensions muestran la existencia de investigaciones centrados en las redes sociales y las personas adultas mayores (Makita, Mas-Bleda, Stuart, & Thelwall, 2019; Jimenez‐Sotomayor, Gomez‐Moreno, & Soto‐Perez‐de‐Celis, 2020); los programas televisivos (Rovner-Lev, & Elias, 2020); y los medios de comunicación escritos y digitales (Kroon, Trilling, Selm, & Vliegenthart, 2019; Amaral, Santos, SJ, Daniel, & Santos, FF, 2019; Edström, 2018; Bravo-Segal, 2018; Bouche, 2015).

En ese sentido, esta investigación aportará a este cuerpo de literatura a través del análisis del tratamiento mediático que se les otorga a las personas adultas mayores en 3 medios digitales peruanos (*El Comercio*, *La República* y *RPP*) en el contexto del COVID 19 en el Perú (16/03 — 31/03) debido al rol clave que los medios de comunicación están jugando en la institucionalización y asignación de posiciones y roles sociales acerca de esta población etaria.

Aproximación teórica

*Edadismo y viejismo*

La discriminación por motivos de edad —denominada *ageism,* y también llamada etarismo, o edadismo en castellano (Dulcey-Ruiz, 2013; Cain, 2008) —ha sido definida como las creencias o expectativas acerca de cómo las personas varían su comportamiento y biología como resultado del proceso de envejecimiento a lo largo de la vida, lo cual se asocia a lo definido en la sección anterior como “edad social”. Este conjunto de creencias legitima el uso de la edad para clasificar a las personas en una sociedad otorgándoles un estatus determinado y un lugar en el sistema social. Así, se le asignan roles sociales que cumplir, deberes y derechos como el acceso a recursos y oportunidades — tales como la educación a los niños y las pensiones a las personas adultas mayores — (Bytheway, 2005; Víctor, 2005).

En su sentido negativo y acotado, el edadismo alude al proceso de estereotipación y discriminación sistemática contra las personas por su condición etaria o edad cronológica, del mismo modo en que el racismo y el sexismo recurren al color de piel y al género (Bytheway, 2005; Dulcey-Ruiz, 2013; Víctor, 2005). Aunque este término es generalmente utilizado en relación a las personas adultas mayores, también existe discriminación por edad de otros grupos de edad, como los jóvenes a quienes se les asocia con inmadurez e irresponsabilidad (Víctor, 2005)

El viejismo se identifica a través de dos tipos de acciones: el prejuicio y la discriminación (Bytheway, 2005). El prejuicio se asocia a estereotipos o características negativas asignadas hacia una persona por ser considerada parte de un grupo, en este caso, por ser percibida como “vieja” sin considerar la heterogeneidad de esta población. Los estereotipos más comunes los asocian con la enfermedad, la pérdida de capacidades físicas y mentales, la dependencia económica e improductividad, la soledad, incapacidad para aprender y cambios negativos en su personalidad y comportamiento como el volverse inflexibles o presentar una moralidad anticuada (Bytheway, 2005; Víctor, 2005). Además, se asume que son incapaces de manejar, decidir sobre sus vidas, así como, funcionar en sociedad. Igualmente, se les cataloga como sujetos pasivos que esperan recibir servicios o cuidados de otros. Esto se manifiesta en la tendencia a infantilizarlos como niños (Víctor, 2005), “olvidando que las personas viejas son igualmente adultas” con poder de decisión y autonomía (Dulcey-Ruiz, 2013).

En las sociedades modernas, centradas en la productividad e independencia y en las que se valora más la juventud; existe un rechazo y temor ante el envejecimiento, la dependencia y la muerte. Esto refuerza la visión negativa sobre la vejez, por lo cual, alejarnos de la vejez y de los viejos a través del viejismo, permite aliviar estos miedos. La percepción sobre las personas mayores como radicalmente diferentes, inferiores u “otros”, construye un imaginario en el que estas son vistas como vidas que no tienen los mismos deseos y necesidades, así como tampoco merecen contar con los mismos derechos y privilegios (Bytheway, 2005; Cain, 2008; Víctor, 2005).

Por otro lado, la discriminación se expresa en las interacciones sociales cotidianas, así como, cuando se niega o limita oportunidades y recursos a las personas adultas mayores en igualdad de condiciones propiciando la exclusión social.

*Tratamiento informativo desde la teoría del frame*

Los medios de comunicación son entidades institucionalizadas socialmente que construyen representaciones sociales de la cotidianeidad de los sujetos. Sin embargo, los medios ponen énfasis explícitamente en los sucesos sociales de mayor relevancia mediática, la misma que se evidencia en los contenidos de las noticias, caracterizada como “una producción discursiva [...] [que] tiene un proceso de elaboración textual” (Alsina, 1989, p. 18).

En esa línea, la forma en la que las noticias informan sobre la realidad implica necesariamente un enfoque acerca del mismo suceso, de manera que el tratamiento informativo de los medios de comunicación se distingue por la “elección, énfasis o importancia atribuida a los diferentes elementos” como por “la forma cómo covarían dichos elementos más o menos enfatizados en un texto” (Igartua, Muñiz, & Cheng, 2005, p. 158).

En el caso de los medios de comunicación, el *framing* permite conocer el proceso por cual “una fuente de comunicación [...] define y construye un asunto político o controversia pública” (Sádaba, 1998: 71), es decir, como los marcos interpretativos “combinan lo individual (la experiencia personal) y lo social (la experiencia cultural)” (Koziner, 2013, p. 17).

Finalmente, para esta investigación se define al *frame* como “la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, de énfasis, exclusión y elaboración” (Sádaba, 1998, p. 70).

A partir de lo anterior, los enfoques que serán estudiados están relacionados a un conjunto de cuatro enfoques que establecen una relación entre el tratamiento informativo mediático y las ideas del viejismo:

* Enfoques de factores psicosociales y demográficos: relacionados con la construcción narrativa relacionada a la edad de las personas adultas mayores, su género, el espacio en el cual residen y su participación en las actividades productivas; es decir, cómo estos indicadores reconstruyen sus roles en la sociedad.
* Enfoque víctima - victimario: Bouche (2015, pp. 11-12) sugiere que las características informativas de los medios de comunicación ponen énfasis en el binomio víctima—victimario al hablar de las personas adultas mayores, así, cuando los “viejos/ancianos/jubilados aparecen como víctimas [es] porque sufren un asalto, porque no les alcanza la jubilación, porque son maltratados, están solos, son engañados, estafados, etcétera”. La existencia de una víctima refiere, además, la participación de un victimario, un agente activo que persuade, engaña o afecta a alguien más. No obstante, importa observar que las personas adultas mayores también pueden ser victimarios, principalmente cuando “cometen delitos (exmafiosos, exdictadores, violadores, asesinos)”.
* Enfoque de descubrimiento científico: se pone énfasis en si la información que se refiere a las personas adultas mayores tiene algún correlato con evidencias científicas o investigaciones, es decir, “publicaciones del ámbito científico vinculadas con la vejez” (Bouche, 2015, p. 12).
* Enfoque de participación en el espacio público: se observa la forma en la que se presentan las narraciones en las cuales este grupo etario realiza actividades sociales, participa de huelgas, marchas u otras actividades del espacio público; así como aquellas en las que se construye su cotidianidad, desde “las notas sobre novios que se casan en la vejez, notas sobre salud y aumento de la expectativa de vida” (Bouche, 2015, p. 12), hasta aquellas en las cuales ellos utilizan la tecnología.

**Metodología**

Este estudio es no experimental de tipo exploratorio — descriptivo en la medida en que se busca producir conocimientos al evaluar las características del tratamiento mediático que apareció en los medios digitales peruanos durante el contexto del COVID-19.

El estudio será transversal debido a que se evaluará únicamente un periodo de tiempo (las dos primeras semanas de la aplicación de la medida de aislamiento social obligatorio en Perú). Igualmente, tiene un enfoque mixto (lo cuantitativo analiza datos estadísticos; lo cualitativo, las representaciones e ideas acerca de las personas adultas mayores en este contexto). Finalmente, la investigación es documental puesto que recolecta los datos de los medios de comunicación digitales, los cuales se analizan e interpretan.

Los diarios escogidos para el análisis fueron El Comercio, La República y RPP. Según una encuesta realizada por VoxPopuli (2019), tanto El Comercio como La República son los dos medios impresos con un mejor sistema digital en la percepción de la población peruana (48% y 18% respectivamente), mientras que RPP es la radio con un mejor sistema digital según la encuesta (68%). Igualmente, cada uno de estos medios es el principal representante de los tres grupos empresariales más consumidos: Grupo El Comercio tiene 8 050 visitantes únicos mensualmente; Grupo La República, 6 110; y Grupo RPP, 5 636 (Comscore, 2019).

Respecto de la unidad de análisis y el periodo de estudio, para esta investigación se considera que las unidades de análisis son todas las publicaciones aparecidas en los medios digitales antes señalados entre el 16 de marzo de 2020 y el 31 de marzo de 2020. Este periodo fue escogido dado que fue el primer periodo de aislamiento social obligatorio (cuarentena) determinado por el Gobierno del Perú (Decreto Supremo n.° 044-2020-PCM). Las notas seleccionadas debían contener como mínimo una de las siguientes palabras clave: “ancianos mayores”, “viejos”, “adultos”, “abuelos” o “ancianos”.

El universo está compuesto por 99 artículos distribuidos de la siguiente manera: 35 en El Comercio, 34 en La República y 30 en RPP. Para la muestra se toma en cuenta la totalidad del universo.

Para realizar del tratamiento informativo mediante la teoría del *framing*, inicialmente se recogieron las notas de la siguiente forma:

*Tabla 1: Esquema de recolección de la información*

|  |  |
| --- | --- |
| **Categoría** | **Subcategoría** |
| Selección de oraciones | Lista |
| Identificación de 3 palabras clave |
| Selección de actores | Lista |
| Identificación de palabras referidas a las personas adultas mayores |

**Fuente:** Propia

A partir de este primer levantamiento de información, se hallaron 280 oraciones relacionadas al tema de interés en los tres medios analizados (83 en El Comercio, 108 en La República y 89 en RPP). Posteriormente, el análisis se dividió en 2 niveles: el primer nivel incidió en analizar los enfoques presentes en las oraciones encontradas; mientras el segundo, en analizar los marcos de interpretación de los actores aparecidos.

Para el análisis de los enfoques de las oraciones se utilizaron 2 esquemas: el primero basado en un análisis del contenido encontrado (tabla 2) y el segundo, en los enfoques descritos anteriormente (tabla 3).

*Tabla 2. Análisis del contenido encontrado*

|  |  |
| --- | --- |
| **Categoría** | **Subcategoría** |
| Selección de oraciones | Lista |
| Identificación de 3 palabras clave |
| Selección de actores | Lista |
| Identificación de palabras referidas a las personas adultas mayores |

**Fuente:** Propia

*Tabla 3. Análisis de enfoques*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipos de *frames*** | *Enfoque de factores psicosociales y demográficos* | *Enfoque víctima – victimario* | *Enfoque de descubrimiento científico* | *Enfoque de participación en el espacio público* |
| **Subcategorías** | EdadAgencia (primaria, secundaria y referida)GéneroResidenciaActividades productivas | VíctimaVictimarioNo se identifica | Descubrimientos científicosInformación de expertosInformación de ministeriosNorma legal | Relato de vidaAcción públicaPaciente de COVID-19Sobreviviente al COVID-19JubiladoOtro |

**Fuente:** Bouche, 2015, pp. 11-12

# Resultados

## *Palabras clave y referencias sobre personas adultas mayores*

Las palabras clave permiten identificar las representaciones y usos gramaticales que giran en torno a las personas adultas mayores en este contexto. Caracterizan, así, el universo que se construyó alrededor de la temática analizada y de los personajes abordados.

De esta manera, entre las 280 oraciones, esta investigación clasificó un total de 317 palabras clave, entre las cuales destacan —además de los términos utilizados para la selección de la muestra— palabras relacionadas a vulnerabilidad (vulnerables, riesgo, abandono), a lugares de residencia (residencia de ancianos) y a muerte, tal como se muestra en la tabla 4.

*Tabla 4: Diez principales palabras clave por cantidad de veces referida*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Palabras** | *Adultos mayores* | *Ancianos* | *COVID-19* | *Vulnerables* | *Fallecimientos* | *Riesgo* | *Personas mayores* | *Abandono* | *Apoyo* |
| **Referencias (N.°)** | 68 | 61 | 31 | 23 | 13 | 13 | 12 | 11 | 11 |

**Fuente:** Propia

Tal como, en un primer nivel se analizaron las palabras clave de los contenidos, se estudiaron las frases o palabras en donde los medios de comunicación analizados se refirieron a las personas adultas mayores, esta investigación identificó los términos con los cuales se narraba directamente a este grupo.

Así, se encontró un total de 58 palabras o conjunto de palabras distintas entre sí donde se señalaba a las personas adultas mayores; de estas, las siguientes 10 fueron las que más aparecieron.

*Figura 5: 10 principales palabras referidas sobre las personas adultas mayores en las notas analizadas*

**Fuente:** Propia

***Enfoque de factores psicológicos y sociales***

**Promedio de edad**

Se identificó también la edad, es decir, si la caracterización de las personas adultas mayores incluye los años que tiene o se realiza una generalización a partir de su categoría etaria. El hallazgo más relevante estuvo relacionado con la ausencia de una narración de la edad en el grupo estudiado: únicamente 51 proposiciones (18%) indicaron alguna referencia que permitiera reconocer la edad de este grupo, entre las cuales destacaron “mayores de 60 años” (9 menciones), “mayor e igual a 65 años” (7 menciones), “mayores de 80 años” (7 referencias) y “80 años” (6 citas).

Para clasificar las edades aparecidas, se decidió agruparlas según criterios de repetición y categorías nuevas, se establecieron rangos etarios en referencia a años específicos (cada 10 años) y la indicación que aludía a ser mayor de determinada edad como se muestra en la figura 1. Lo más resaltante fue observar que, cuando se menciona su edad, las personas adultas mayores son reconocidas principalmente como mayores de 60 años (37.3%) y aquellos que tienen entre 80 y 90 años (21.6%).

*Fig. 1. Categorías de edades referidas a las personas adultas mayores*

**Fuente:** Propia

Otra de las formas de analizar los agentes en el discurso es en base a su agencia (primaria, secundaria y referida). En los tres medios estudiados, las personas adultas mayores hablaron directamente solo dos veces: en una nota en La República y en otra de RPP. Así, principalmente, aparecen cuando alguien más (otro actor) habla acerca de ellas, es decir, cuando los refiere indirectamente (267 oraciones — 95.4%) o cuando los mencionan directamente (11 oraciones — 3.9%).

Género

En relación con el género de las personas adultas mayores, que aparecieron representadas en las notas analizadas, se tomó en cuenta la mención directa al género femenino que aparecía en la nota, ya sea en singular o plural. De esta manera, aunque los términos principales con los cuales se refieren a las personas adultas mayores siempre guardan relación con términos en masculino, interesaba encontrar las referencias a las voces de las mujeres adultas mayores en estas narraciones.

Los tres medios analizados únicamente se refirieron a las mujeres adultas mayores en 7 oraciones, 3 veces en La República, 1 en RPP y 2 en El Comercio; es decir, en el 3% de todos los textos analizados las mujeres adultas mayores aparecieron representadas directamente.

Residencia

Para poder hablar de la residencia de los agentes en las proposiciones, se consideraron tres niveles: país extranjero (distinto de Perú, por ser el lugar donde se hizo el estudio), región (distinta de Lima, la región en donde están situadas las sedes de los medios de comunicación) y distrito de Lima referidos (por ser la capital del país de estudio).

En el primer nivel, se mencionaron 16 países y el país con más menciones fue España (42 menciones), seguido de Chile (10) e Italia (9). En el segundo nivel, solo se refirieron 11 regiones del Perú (de 24 en total) y la región con más citas fue Arequipa — al sur del Perú — que apareció mencionada en 28 oraciones, seguida de Iquitos — en la selva peruana — con 7, y Apurímac — zona andina — con 5. Finalmente, para el caso de la región de Lima, se refirieron 5 distritos (de 43), de los cuales los más mencionados fueron Lima Metropolitana (16 menciones), Miraflores (4) y Jesús María (4).

Actividades productivas

En un primer análisis se identificó la situación laboral o relacionada a sus ingresos económicos que aparecían narradas en los textos que se referían a las personas adultas mayores, exceptuando donde no se mencionaba (figura 2). El principal hallazgo fue que una de cada cuatro veces que los medios de comunicación se refirieron a este grupo no les asignaron una actividad productiva (210 veces), y solo se mencionaron 6 actividades laborales realizadas por ellos.

Las labores citadas se agruparon por sectores productivos (figura 3) que permitieron notar que 4 de cada 5 menciones acerca de las labores de las personas adultas mayores no incidían en una labor activa, sino en una caracterización de inactividad de estos (personas en asilos, en situación de calle, presos, en situación de pobreza, pensionistas o refugiados). Así, solo el 3.9% (13) de las menciones hablaron sobre ellos en relación al ejercicio activo de alguna labor. Esto se distribuyó de la siguiente manera en los diarios analizados: La República incluyó 4 menciones sobre personal de limpieza, 3 sobre artesanos y una persona adulta mayor que pertenecía a una Mediana y Pequeña empresa (MYPE); RPP, 3 citas sobre campesinos y una sobre un vendedor ambulante; mientras El Comercio refirió una vez a una profesora adulta mayor.

*Fig. 2. Situación laboral de las personas adultas mayores según las notas analizadas*

**Fuente:** Propia

*Fig. 3. Sectores productivos relacionados a las personas adultas mayores*



**Fuente:** Propia

Enfoque víctima — victimario

En relación con el enfoque víctima — victimario, los hallazgos muestran que el enfoque de víctima recayó en las personas adultas mayores un 87% de las veces (246 menciones) y cuyo principal victimario fueron los personajes relacionados con una categoría de autoridades políticas y entidades estatales en el 23.58% de los casos (figura 4), entre quienes figuran los gobiernos nacionales, regionales y locales.

*Fig. 4. Agrupaciones de “victimarios” relacionados con víctimas que son personas adultas mayores en las notas analizadas*

**Fuente:** Propia

Adicionalmente a lo anterior, se halló que siempre que no hubo una víctima identificada, tampoco se encontró un victimario (32 veces); sin embargo, hubo víctimas que en la narración del texto no tuvieron un victimario claramente señalado (55 veces).

En el caso de cada diario estudiado, la tabla 6 muestra la presencia del enfoque víctima—victimario en sus narraciones. La presencia de las personas adultas mayores como víctimas es del 94% en RPP, 85% en La República y 63% en El Comercio.

*Tabla 6: Presencia del enfoque de víctima presente en las notas analizadas*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Medio | Total de proposiciones | Proposiciones con enfoque víctima |
| Sin referencias a personas adultas mayores | Porcentaje del diario | Con referencias a personas adultas mayores | Porcentaje del diario |
| El Comercio | 83 | 21 | 25.3% | 62 | 74.7% |
| La República | 108 | 11 | 10.2% | 97 | 89.8% |
| RPP | 89 | 5 | 5.6% | 84 | 94.4% |
| Total | 280 | 37 | 13.2% | 243 | 86.8% |

**Fuente:** Propia

## Enfoque narración sobre el actor

Al contabilizar el total de proposiciones analizadas, se observa que los medios de comunicación no priorizaron un enfoque sobre la persona adulta mayor que ponga énfasis en la narración activa de esta, es decir, en su historia como personaje que realiza alguna acción. Como se observa en la figura 5, el 63.6% (80) fueron categorizadas como “otro”; sin embargo, de los enfoques que sí contaron la historia de este grupo, destacan el relato de vida (17.9%) y la historia de jubilados (8%).

En los casos específicos de los medios de comunicación analizados se observa que, más allá de la categoría de “otro” que es la predominante, tanto RPP como La República construyeron sus narraciones a partir de la historia o relato de vida (31 y 15 oraciones respectivamente), mientras El Comercio incidió más en la narración acerca de los enfermos con COVID-19 (10).

*Fig. 6. Enfoque de narración presente en las notas analizadas*

**Fuente:** Propia

Enfoque descubrimientos científicos

Debido a que las palabras clave de la unidad de análisis incluían al COVID 19, se consideró necesario observar si cuando se habló sobre las personas adultas mayores, las notas se enfocaron en un descubrimiento científico relacionado a ellas, es decir, si se les refería únicamente en relación con un hallazgo científico, un estudio médico, alguna reforma legal, entre otros.

Los datos mostraron que este enfoque no fue usado siempre por los medios de comunicación, por lo que solo estuvo presente en 49 oraciones (18.2%). En estas, lo principal fue referir a las personas adultas mayores desde un abordaje que tomaba en cuenta la información del Ministerio (31 oraciones — 11.1%), la información de expertos (10 oraciones — 3.6%) y las normas legales (8 oraciones — 3.6%).

# Discusión y conclusiones

La identificación del tratamiento informativo con el cual fueron presentadas las personas adultas mayores en las notas publicadas en la web de El Comercio, La República y RPP nos permitió acercarnos a la forma en la cual estos medios peruanos construyeron roles, posiciones e imágenes acerca de esta población etaria.

Respecto de los factores psicosociales, la investigación demuestra la invisibilización de elementos que permiten reconocer las características individuales de las personas adultas mayores a las que se hace referencia. Esto se evidencia en la omisión de la edad cronológica específica (82%) o el género (97%) de estas personas. En particular, se resalta la escasa presencia nominal de las mujeres adultas mayores las cuales paradójicamente representan el 52% de este grupo poblacional (INEI, 2020, p. 1). Esto guarda relación con la subrepresentación femenina en los medios de comunicación (Goffman, 1976; Ceulemans & Fauconnier, 1980; Martínez Lirola, 2010). Al omitir estas características individuales y optar por describir a estos sujetos haciendo referencia al marcador etario que indica el inicio de la vejez de un grupo poblacional (“mayores de 60 años”), se corre el riesgo de contribuir a reforzar prejuicios sobre esta población considerándola homogénea y únicamente determinada por su edad cronológica (Bytheway, 2005; Víctor, 2005).

En cuanto a la agencia otorgada a las personas adultas mayores en el discurso, estas casi no aparecen como voces activas que hablan acerca de ellas mismos. Por el contrario, estos sujetos sólo aparecen cuando otras personas se refieren a ellos (95.4%). De esta manera, se refuerza su escasa visibilidad como sujetos que ejercen acción, incluso para hablar acerca de su propia situación en el contexto del COVID-19.

Como destacan Figueiredo y Bonini (2017), en sociedades altamente semiotizadas, el poder se ejerce no solo en la actividad social, sino en las simbólicas y en las discursivas. De manera que, la poca aparición de las personas adultas mayores en los medios de comunicación refuerza una mirada en la cual estos son sujetos que no ejercen el poder de ningún tipo —no hablan, no hacen y casi no existen- y que ello constituye el orden social de las cosas. En ese mismo sentido, concebir a este grupo como carente de agencia reforzaría prejuicios viejistas que asumen que, debido a su edad, las personas adultas mayores son sujetos pasivos, incapaces de manejar y decidir sobre sus propias vidas sustrayendo su derecho a la autonomía (Víctor, 2005; Dulcey-Ruiz, 2013). Por último, en las pocas ocasiones en que las voces de las personas mayores aparecen, en muchos casos se acentúa una mirada “surrealista” que, sugiere que “aquellos que no están satisfechos con la edad que tienen han fracasado de algún modo y son responsables de su propia mala salud” (Fuentes, 2011).

En referencia a las actividades productivas que realizan las personas adultas mayores y que aparecieron representadas en los medios analizados, se observa una subrepresentación de estos como agentes productivos y económicos. Esto se evidencia en el hecho de que sólo en 3.9% de las ocasiones en que se menciona a estos sujetos se indica que estos ejerzan una actividad laboral. Asimismo, la caracterización de productividad de este grupo etario incidió en su situación de pobreza y abandono, lo cual también ha sido evidenciado en otros estudios (González, 2010; Palma, 2006). De esta manera, se refuerzan prejuicios viejistas que vinculan a las personas adultas mayores con la dependencia económica, improductividad y precariedad, propiciando la marginación de este grupo por parte de una sociedad capitalista centrada en la productividad y la independencia (Bytheway, 2005; Víctor, 2005). Contrario a estas creencias, en el Perú 60.6% de las personas adultas mayores continúan trabajando y aportando económicamente a sus familias luego de la “edad jubilatoria”, desempeñándose en los sectores de comercio (25.4%), agricultura (17.6%) y otros (24.2%) (INEI, 2020: 15).

Adicionalmente, es importante notar que, al representar a las personas adultas mayores como sujetos en situación de pobreza, se perpetúa un discurso de exclusión (Molina, 2015), el mismo que construye una imagen donde la pobreza se vivifica a través de los cuerpos de los individuos. En este proceso se les invisibiliza, individualiza, estigmatiza y espectaculariza; dejando de lado las causas estructurales de su situación de vulnerabilidad y exclusión social (Golding, 1995; Sampedro, & Cordeiro, 2003; Vasilachis de Gialdino, 2003).

En relación con el lugar de procedencia, se observa una disparidad entre los lugares aparecidos en las notas y los espacios donde residen mayormente los adultos mayores en el Perú. Así, si bien algunos departamentos de la región andina y amazónica del país -Arequipa, Iquitos y Apurímac- tuvieron una mayor presencia mediática; esto contrasta con los datos de las regiones en donde reside la mayor parte de esta población -INEI (2017) muestra que existe una mayor población adulta mayor principalmente en las regiones de Lima (capital del país), La Libertad, Piura, Arequipa y Cajamarca-. De igual forma, en relación con los distritos de Lima Metropolitana, existen muy pocas menciones a estos espacios, por lo cual únicamente aparecen mencionados 4 distritos (Comas, Jesús María, Miraflores y cercado de Lima) de un total de 43 distritos. Además, los datos del INEI (2017) muestran que los espacios con una mayor cantidad de personas adultas mayores (San Juan de Lurigancho, San Martín de Porres, Comas, Surco y Ate Vitarte) casi no han aparecido mencionados.

Esta disparidad debe ser entendida desde la teoría periodística, sin dejar de lado la influencia de los medios y sus representaciones. Si bien los criterios para construir los sucesos mediáticos se basan en “la proximidad geográfica, la relevancia social de la fuente y la fractura del consenso social” (Túñez & Guevara, 2009, p. 1032), el contraste con la realidad evidencia que los sucesos sociales son más amplios y diversos que los mostrados. Esta realidad invita a tomar en cuenta que la representación mediática de la realidad se incorpora a los “referentes colectivos de realidad de cada individuo” (Túñez, y Guevara, 2009, p. 1040), de manera que los temas y las fuentes que aparecen en los medios constituirán las imágenes sobre las cuales los distintos grupos sociales van a pensar (agenda *setting*).

En la línea de lo explicado anteriormente, es relevante notar no solo a los actores y los temas que aparecieron, sino las formas en las cuales estas representaciones de la realidad fueron tratadas. El enfoque periodístico, así, como un segundo nivel de análisis consigue profundizar en la construcción de los medios. Esta investigación evidenció que de los cuatro *frames* analizados, el de mayor presencia fue el que oponía tanto una víctima como un victimario, en el cual, las personas adultas mayores eran casi siempre las víctimas, es decir, quienes padecían una acción o quienes recibían la acción de otro. La representación mediática de un adulto mayor que cumple el rol de víctima refuerza nuevamente la pasividad simbólica y social de este.

La literatura muestra que el binomio víctima — victimario es uno de los que mayor presencia tienen cuando se observa la representación de este grupo etario en los medios de comunicación (Bouche, 2015), lo cual agudiza una imagen de estos como seres que deben ser únicamente protegidos y cuidados (Rey, 2004), lo que contribuye a una mirada infantilizadora de ellos.

En conclusión, esta investigación evidencia cómo el tratamiento mediático de las personas adultas mayores en un grupo de los principales medios de comunicación del Perú durante la pandemia ocasionada por el COVID-19 ha reproducido estereotipos “viejistas” sobre esta población. Cuando las personas adultas mayores aparecieron mencionadas en estos espacios comunicativos se diluyó su individualidad y se le representó como un grupo homogéneo asociado con la dependencia económica, improductividad, pobreza y vulnerabilidad frente al riesgo constante del contexto social. Asimismo, este grupo fue retratado como receptor de las acciones de otros y falto de agencia, voz y poder de decisión sobre sus propias vidas y destinos.

Dar cuenta de la estereotipación sistemática que sufre esta población por parte de los medios de comunicación en general y en particular en un contexto de crisis como este es de vital importancia social, porque los prejuicios presentes en nuestra sociedad promueven acciones de discriminación en las interacciones sociales cotidianas, así como, propician la exclusión social al limitar el acceso a oportunidades y servicios (Cain, 2008).

**Referencias**

Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia.* Barcelona, España: Paidós.

Amaral, I., Santos, S. J., Daniel, F., & Santos, F. F. (2019). *(In)visibilities of Men and Aging in the Media: Discourses from Germany and Portugal. In*: Zhou, J., & Salvendy, G. (Eds.). Human Aspects of IT for the Aged Population. Social Media, Games and Assistive Environments. HCII 2019. Lecture Notes in Computer Science, vol. 11593. Springer, Cham.  Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://doi.org/10.1007/978-3-030-22015-0\_2.

Angulo Giraldo, M. (2018). *La construcción de la macroidentidad de Perú: patria y nación en la prensa limeña del proceso de independencia (1811-1813 y 1821-1822).* Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos Latino-Americanos. Universidade Federal da Integração Latino-Americana. (Unila), Foz do Iguaçu, PR, Brasil. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: http://dspace.unila.edu.br/123456789/3642.

A[yalon, L](http://europepmc.org/authors/0000-0003-3339-7879)., [Chasteen, A](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Alison%20Chasteen%22)., [Diehl, M.](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Manfred%20Diehl%22), & [Levy, B](http://europepmc.org/search?query=AUTH:%22Becca%20Levy%22). (2020). Aging in times of the COVID-19 pandemic: avoiding ageism and fostering intergenerational solidarity. *The Journals of Gerontology, 16,* 1-4. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: [10.1093/geronb/gbaa051](http://doi.org/10.1093/geronb/gbaa051).

Banerjee, D. (2020). Age and ageism in COVID-19: Elderly mental health-care vulnerabilities and needs. *Asian Journal of Psychiatry, 51*, 102154. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: [10.1016/j.ajp.2020.102154](https://dx.doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102154).

Berg-Weger, M., & Morley, J. (2020). Loneliness and social isolation in older adults during the Covid-19 pandemic: Implications for gerontological social work. *Nature Public Health Emergency Collection, 14*, 1-3. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: [10.1007/s12603-020-1366-8](https://dx.doi.org/10.1007/s12603-020-1366-8).

Bouche, Y. (2015). Los adultos mayores en la prensa escrita argentina. *Actas de Periodismo y Comunicación, 1*(1), 1-18. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/53830.

Bravo-Segal, S. (2018). Edadismo en medios masivos de comunicación: una forma de maltrato discursivo hacia las personas mayores. *Discurso & Sociedad, 12*(1), 1-28. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6760177.

Butler, R. (1969). Age-ism: another form of bigotry. *The Gerontologist, 9*(4), 243-246. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: <https://doi.org/10.1093/geront/9.4_Part_1.243>.

Bytheway, B. (2005). Ageism. En: Johnson, M., Bengtson, M. L., Coleman, P. G., & Kirkwood, T. B. L., (Edits.). *The Cambridge Handbook of Age and Ageing.* Cambridge, England: Cambridge University Press, 338-345.

Cain, T. (2008). Discrimination. En: Sana, L., & Sajatovic, M. (Edits.). *Encyclopedia of aging and public health.* Boston, USA: Springer, 281-283.

Ceulemans, M., & Fauconnier, G. (1980). *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social: compilación y análisis de los documentos de investigación.* París, France: UNESCO. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134358\_spa.

Chang, E-S., Kannoth, S., Levy, S., Wang, S.-Y., Lee, J. E., & Levy, B. R. (2020). Global reach of ageism on older persons’ health: A systematic review. *PloS One, 15*(1), e0220857. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0220857>.

Comscore, (2019). *¿Cómo es el consumidor digital peruano?.* [En línea].
Recuperado el 10 agosto, 2020, de: https://www.peru-retail.com/consumidor-digital-peruano/.

DATUM. (2020). *Comportamiento online ante coyuntura COVID-19.* Lima, Peru: DATUM. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.datum.com.pe/new\_web\_files/files/pdf/2020%20Comportamiento% 20online%20ante%20coyuntura%20Covid-19.pdf.

Dulcey-Ruiz, E. (2013). *Envejecimiento y Vejez. Categorías conceptuales.* Bogotá, Colômbia: Fundación Cepsiger para el Desarrollo Humano y Red Latinoamericana de Gerontología. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://gerontologia.org/portal/archivosUpload/uploadManual/sintesis\_libro\_Envejecimiento\_ y\_Vejez\_Categorias\_conceptuales.pdf.

Edström, M. ( 2018). Visibility patterns of gendered ageism in the media buzz: a study of the representation of gender and age over three decades. *Feminist media studies, 18*(1), 77-93. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2018.1409989.

Figueiredo, D., & Bonini, A. (2017). Recontextualização e sedimentação do discurso e da prática social: como a mídia constrói uma representação negativa para o professor e para a escola pública. *DELTA: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada, 33*(3), 759-786. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: <https://doi.org/10.1590/0102-445099800747799785>.

Fraser, S. (2020). Ageism and COVID-19: what does our society's response say about us? *Age and ageing, 49*(5), 692-695. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: 10.1093/ageing/afaa097.

Fuentes, C. L. C., Negredo, A. de M. (2011). Propiedades psicométricas del cuestionario Conductas Discriminatorias hacia la Vejez y el Envejecimiento. (CONDUC-ENV): análisis del componente conductual de actitudes viejistas en ancianos. *International Journal of Psychology & Psychological Therapy, 11*(3), 359-375. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.ijpsy.com/volumen11/num3/304/propiedades-psicomtricas-del-cuestionario-ES.pdf.

Global Web Index. (2020). *Coronavirus Research. Multi-market research wave 4.* [En línea]
Recuperado el 15 julio, 2020, de: https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20 Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20May%202020%20-%20Multi-Market%20Research%20(Release%2010).pdf?utm\_campaign.

Goffman, E. (1976). *Gender Advertisements.* Londres, England: McMillanPress.

Golding, P. (1995). Public attitudes to social exclusion: some problems of measurement and analysis. En: Room, G. (Ed.). *Beyond the Threshold: The measurement and analysis of social exclusion.* Bristol, England: The Policy Press, 212-232.

González, M. (2010). *La presencia de los mayores en los medios de comunicación.* Salamanca, España: Universidad Pontificia de Salamanca.

HelpAge International. (2015). *Índice global de envejecimiento Age Watch 2015,* Londres, England: HelpAge International. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.helpage.org/global-agewatch/.

Huenchuan, S. (2018). *Envejecimiento, personas mayores y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: perspectiva regional y de derechos humanos.* Santiago, Chile: Naciones Unidas. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44369/1/S1800629\_es.pdf.

Igartua, J. J., Muñiz, C., & Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones, 17*, 143-181. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://revistas.comillas.edu/index.php/revistamigraciones/article/view/4220.

INEI. (2017). *Provincia de Lima. Compendio estadístico,* Lima: INEI. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\_digitales/Est/Lib1477/libro.pdf.

INEI. (2020). Instituto Nacional de Estadística e Informática. *Informe Técnico: Situación de la población adulta mayor (enero – febrero – marzo 2020, n.°2, junio 2020).* Lima, Peru: INEI. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-poblacion-adulta-mayor.pdf.

Jimenez‐Sotomayor, M. R., Gomez‐Moreno, C., & 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*(8), 1-5. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jgs.16508.

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del *framing* en comunicación. *Austral Comunicación, 2*(1), 1-25. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://riu.austral.edu.ar/bitstream/ handle/123456789/270/Antecedentes%20y%20fundamentos....pdf?sequence=1.

Kroon, A. C., Trilling, D., Selm, M. V., & Vliegenthart, R. (2019). Biased media? How news content influences age discrimination claims. *European Journal of Ageing, 16*(1), 109-119. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://link.springer.com/article/10.1007/s10433-018-0465-4.

Liu, K., Chen, Y., Lin, R., & Han, K., 2020. Clinical features of COVID-19 in elderly patients. *Journal of infection, 80*(6), pp. e14-e18. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: 10.1016/j.jinf.2020.03.005.

Makita, M., Mas-Bleda, A., Stuart, E., & Thelwall, M. (2019). Ageing, old age and older adults: a social media analysis of dominant topics and discourses. *Ageing & Society,* 1-26. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: <https://doi.org/10.1017/S0144686X19001016>.

Martínez Lirola, M. (2010). Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación. *Palabra Clave, 13*(1), 161-173. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\_abstract&pid=S0122-82852010000100011.

Molina, M. (2015). *Representaciones discursivas de las personas en situación de pobreza urbana en notas periodísticas informativas publicadas en los principales diarios argentinos.* Buenos Aires, Argentína: Universidad de Buenos Aires. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: http://repositorio.filo.uba.ar/jspui/ bitstream/filodigital/2648/1/uba\_ffyl\_t\_2015\_se\_molina\_v1.pdf.

Naciones Unidas. (2020). *Policy Brief: The Impact of COVID-19 on older persons,* Ginebra, Suisse: Naciones Unidas. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-05/Policy-Brief-The-Impact-of-COVID-19-on-Older-Persons.pdf.

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Informe Mundial sobre el Envejecimiento y la Salud,* Ginebra: OMS. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.who.int/ageing/publications/world-report-2015/es/.

Palma, P. (2006). *Ancianismo y medios de comunicación. Los discursos sobre la vejez en la prensa escrita chilena.* Santiago. Chile: Universidad de Chile. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: http://tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2006/alcaino\_p/sources/alcaino\_p.pdf.

Pinazo-Hernandis, S. (2020). Impacto psicosocial del COVID-19 en las personas mayores: problemas y retos. *Revista Española de Geriatría y Gerontología, 55*(5), 1-8. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: [10.1016/j.regg.2020.05.006](https://www.researchgate.net/deref/http%3A//dx.doi.org/10.1016/j.regg.2020.05.006).

Previtali, F., Allen, L., & Varlamova, M. (2020). Not Only Virus Spread: The Diffusion of Ageism during the Outbreak of COVID-19. *Journal of Aging & Social Policy, 32*(4), 1-9. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08959420.2020.1772002.

Rahman, A., & Jahan, Y. (2020). Defining a ‘Risk Group’ and Ageism in the Era of COVID-19. *Journal of Loss and Trauma, 25*(8), 631-634. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: <https://doi.org/10.1080/15325024.2020.1757993>.

Ramos, G. (2016). ¡Aquí nadie es viejo! Usos e interpretaciones del Programa Centro del Adulto Mayor -EsSalud en un distrito popular de Lima. *Anthropologica, 34*(37), 139-169. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: DOI: https://doi.org/10.18800/anthropologica.201602.006.

Ramos, G., & Tirado, E. (2019). «Hasta que el cuerpo aguante». Trayectorias, rutinas y motivaciones laborales de trabajadores adultos mayores de la ciudad de Lima, Peru. *Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos, 48*(3), 1-24. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: <https://doi.org/10.4000/bifea.11078>.

Rey, G. (2004). Periodismo y comunicación para todas las edades. En: Dulcey-Ruiz, E., Mantilla, G., & Carvajal, L. (Edits.). *Prácticas comunicativas y representación social de las edades en los medios.* Bogotá, Colômbia: Ministerio de Comunicaciones, 139-155.

Rovner-Lev, G., & Elias, N. (2020). “We’ve got to get rid of her”: representation of older adults on the preschool television show Grandpa in My Pocket. *Journal of Children and Media, 14*(2), 204-220. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: [https://doi.org/10.1080/17482798.2019.1688669](https://psycnet.apa.org/doi/10.1080/17482798.2019.1688669).

Sádaba, T. (1998). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo – medios.* Buenos Aires, Argentína: La Crujía.

Sampedro, V., Barnhurst, K., & Cordeiro, T. (2003). Mercantilización mediática y ciudadanía. *Reis, 103*, 219-238. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: https://core.ac.uk/download/pdf/71800463.pdf.

Túñez, M., & Guevara, M. (2009). *Framing* por proximidad como criterio de noticiabilidad: la curva de las ausencias. *Revista Latina de Comunicación Social, 12*(64), 1030-1044. Recuperado el 30 mayo, 2020, de: http://www.revistalatinacs.org/09/art/878\_USC/RLCS\_art878.pdf.

Vasilachis de Gialdino, I. (2003). *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales.* Barcelona, España: Gedisa.

Víctor, C. (2005). *The social context of ageing.* Londres, England: Routledge.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Miguel Angel Angulo-Giraldo** - Mg. Estudios Latinoamericanos de la Universidad Federal de Integración Latinoamericana. Investigador associado de la Universidad Científica del Sur, Peru.

E-mail: mangulogi@cientifica.edu.pe

**Gabriela Ramos Bonilla** - Mg. Gerontología, University of Southampton. LIc. Antropología, Pontificia Universidad Católica del Peru. Investigadora del Grupo de Investigación Edades de la Vida y la Educación.

E**-**mail: gr2n18@soton.ac.uk

**Haydee Chamorro García** - Bachiller en Trabajo Social, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Peru. Directora de Responsabilidad Social de Conexión Adulto Mayor.

E-mail: ayd.chg6@gmail.com

**Linda Colonia** - Bachiller en Comunicación Social, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Peru.

E-mail: linda.colonia@unmsm.edu.pe

**Satty Fernandez-Alvarado** - Bachiller en Comunicación Social, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Peru.

E-mail: satty.fernandez@unmsm.edu.pe

1. Información numérica y estadística encontrada en el reporte diario de casos COVID-19 a nivel nacional elaborado por el MINSA. En: https://covid19.minsa.gob.pe/sala\_situacional.asp. [↑](#footnote-ref-1)