



RESEÑA

Enviado 23/04/2021

Aprobado 06/05/2021

Publicado 27/05/2021



La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación

Autor: Virginia Guarinos (Coord.)

Editorial: Readuck

ISBN: 978-84-18406-31-7

Páginas: 208

Reseña de **Almudena Mata-Núñez**
Universidad de Sevilla

La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación es la última publicación del grupo AdMira; un libro colectivo que aborda las representaciones de las personas envejecientes desde distintos formatos audiovisuales. Desde el inicio queda claro que la pretensión de este volumen no se limita a la investigación académica, pues es mucho más ambicioso: se trata de dar cabida al activismo social desde el prisma de los medios de comunicación. Es esta una necesidad del propio grupo de investigación, que durante años se ha especializado en los estudios de la representación de grupos marginados y silenciados. Si bien en la cultura audiovisual actual predominan los estereotipos del anciano como una persona limitada física y psicológicamente y el de la persona mayor que adopta prácticas juveniles, este libro ahonda en representaciones alternativas que demuestran que otra imagen de la tercera edad es posible.

El prólogo de esta obra corre a cargo de Francisco A. Zurian, quien, de forma muy inteligente, plantea unas cuestiones clave en torno a los conceptos de juventud y ancianidad, que, como otras categorías sociales, son transversales a la estructura política y económica en que se inserta cada sujeto. Los estudios etarios, por tanto, deben ser

entendidos como un área interdisciplinar que justifica el análisis desde los estudios culturales con enfoque de género, como es el caso de este libro.

El primer capítulo, firmado por Virginia Guarinos, explora la relación del medio de comunicación que durante más tiempo ha mantenido conexiones con el público de mayor edad, es decir, la radio. El acercamiento se realiza no solo desde el reconocimiento de los oyentes de la tercera edad, sino que se incluye la escasez de publicidad radiofónica destinada a este público, además de la falta de espacios dedicados a sus intereses como grupo social. Así, las personas de la tercera edad deben ser contempladas como personajes, protagonistas y receptores, a los que deben sumarse creadores de contenidos, presentes, sobre todo, en radios comunitarias y universitarias. De este estudio se desprende que los programas radiofónicos concebidos para mayores y realizados por ellos son minoría, pero no por ello menos interesantes, puesto que permiten ofrecer un contenido que difiere de las representaciones estereotipadas.

En esta línea, Valeriano Durán Manso ofrece un análisis de las relaciones entre personas mayores en el cine de Paolo Sorrentino, quien hace de estos personajes sus protagonistas por excelencia. En *La juventud* (2015) Sorrentino explora temas que van desde el envejecimiento y la enfermedad, el triunfo profesional, la satisfacción con lo conseguido a la responsabilidad de los mayores respecto a sus hijos, que también son adultos. La introspección del yo protagonista en alteridad con los otros grupos sociales de los que se diferencia es un punto central de esta película, que visibiliza distintos modelos o versiones de ancianidad, en contra de un supuesto grupo homogéneo que poco tiene que ver con la realidad. Algo similar ocurre en la ficción televisiva *Grace and Frankie*, que María Toscano Alonso contempla en relación con la ficción seriada, cada vez más presente en los hogares de todo el mundo. La novedad de esta comedia es que otorga el protagonismo a dos mujeres mayores que intentan rehacer su vida, sin obviar los referentes al sexo, las enfermedades o la modernización contemporánea. Además, resulta llamativa la relación homosexual de los exmaridos de ambas, a la que la autora también dedica espacio en su capítulo para dar visibilidad a colectivos que suelen ser temas tabú.

Esa relativa libertad con la que la televisión arriesga en sus contenidos es destacada, igualmente, por Laura Pacheco Jiménez, quien encara los formatos de no ficción en la pantalla pequeña. En concreto, destaca la escasa presencia de personas mayores en los concursos televisivos y en magazines en oposición al éxito que obtuvo el programa *La Resistencia* cuando dedicó una semana completa a mujeres mayores de 65 años, a pesar de que sus espectadores se enmarquen en la llamada generación *millennial*. La relación intergeneracional es también la que estudian Inmaculada Gordillo y Sergio Toledo en su capítulo sobre las abuelas *influencers*. En esta sección se incluyen los casos reales de personas de edad avanzada que han conseguido vencer la brecha digital y dominar formatos que se entienden como propios de la juventud, demostrando así que los estereotipos ligados a las redes sociales y las nuevas tecnologías en relación con la ancianidad no siempre se cumplen. Un fenómeno similar es el que recogen Francisco Javier López Rodríguez e Irene Raya Bravo, quienes se hacen eco de los logros de los *gamers* mayores. Al igual que ha ocurrido con las redes sociales, los videojuegos se han asociado al imaginario de la juventud, obviando no solo que existen personas mayores que juegan, sino que, además, estas despiertan admiración, lo cual a veces aparece recogido en revistas especializadas. Por su parte, Miguel Ángel Pérez-Gómez pone en relación las nuevas tecnologías con la tercera edad mediante la publicidad que se realiza sobre los productos tecnológicos, que rara vez se dirige a las personas mayores a pesar de su poder adquisitivo. La representación de la tercera edad en los anuncios también suele estar ausente, aunque,

como el autor destaca, cada vez son más las personas mayores que usan las nuevas tecnologías, sobre todo, en tiempos de pandemia.

Desde una perspectiva más corporal, Inmaculada Sánchez-Labela Martín se centra en el fenómeno de los cuerpos envejecidos en la publicidad, que, tradicionalmente, se ha sustentado en estándares de belleza ligados al físico de las personas jóvenes. Esta cuestión es de vital importancia en tanto que el discurso publicitario ha influido (y sigue haciéndolo) en la autopercepción del cuerpo de los espectadores, que han sido animados a perseguir un yo ideal que no se corresponde con la realidad. No obstante, la inclusión de cuerpos diversos y mayores en la publicidad no puede ser entendida igual para todas las marcas. Por ello, la autora destaca aquellas desligadas del mundo de la moda, el cuidado personal y la belleza, pues son las que reclaman la edad como signo de conocimiento y experiencia. En torno al cuerpo también se enmarca la representación del sexo en el cine, abordada en este libro por Irene Liberia Vayá y Sergio Cobo-Durán. Los autores afirman que existen pocas películas cuyo protagonismo recaiga en las relaciones afectivas de las personas mayores y que son aún menores aquellas que incluyen la representación de la actividad sexual explícita entre ellos. Mediante el análisis de diez películas contemporáneas alejadas de los grandes circuitos comerciales, en este capítulo se desmontan los estereotipos del sexo ligados a la edad, además de abordarse la falsa idea de que para mantener relaciones sexuales hay que poseer una belleza juvenil o aquella otra sobre que los ancianos no desean o son deseados.

El volumen de *La isla etaria* se cierra con la firma de María Isabel Menéndez Menéndez, quien presenta los estudios etarios en relación con el Novo Cinema Galego, del que Oliver Laxe aparece como exponente con su película *O que arde* (2019). De ella, la investigadora destaca el personaje de Benedicta, cuyo físico responde al de una persona mayor sin artificios, pero sin ser sinónimo de fragilidad. Benedicta representa al mundo rural como una mujer fuerte y capaz, además de autónoma. Si ya es difícil encontrar este tipo de representaciones de las mujeres en general, cobra mayor importancia esta imagen de una mujer anciana que, por fin, no es secundaria.

Como se ha podido comprobar, este libro incide en el aporte al cambio social que es posible plantear desde los medios de comunicación en cualquier formato, así como desde una investigación rigurosa de colectivos reales discriminados, marginados y silenciados. Cada capítulo explora una posibilidad de las tantas que aporta el audiovisual actual, por lo que la recopilación de todos ellos tiene un destacable valor de conjunto. Sin embargo, lo interesante de este libro no es solo el contenido, sino la apuesta por una lectura transmedia asociada al programa de radio *La isla etaria*, perteneciente a RadiUS, la radio de la Universidad de Sevilla. Cada capítulo del volumen incluye un enlace al episodio sonoro correspondiente, de forma que los contenidos se amplían con nueva información a la vez que se le otorga voz al colectivo protagonista del estudio.

Si bien el primer paso es abordar la representación mediática de las personas de mayor edad, este planteamiento abre las puertas a una amplia investigación sobre estudios etarios, en la que aún no se ha abordado desde la comunicación la accesibilidad de los productos audiovisuales de las personas con dificultades auditivas o visuales, casos frecuentes en edades muy avanzadas.

AUTOR:

Almudena Mata-Núñez

Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

Graduada en Periodismo y en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla.

Máster en Estudios de Género por la UNED y en Estudios Lingüísticos, Literarios y Culturales por la Universidad de Sevilla. amnunez@us.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9051-2397>