

**Mediaciones para comunicar el envejecimiento:
antecedentes contextuales y teóricos**

Mediations for communicating aging: contextual and theoretical background

Lisandra L. Fariñas Acosta*

Dixie Edith Trinquete Díaz **

Recibido: 11 de mayo 2024

Aceptado: 29 de julio de 2024

Publicado: 30 de agosto de 2024

Cómo citar este artículo:

Fariñas Acosta, L.L y Trinquete Díaz D.E. (2024). Mediaciones para comunicar el envejecimiento: antecedentes contextuales y teóricos. *Novedades en Población*, 20(40) <http://www.novpob.uh.cu>

Resumen

La proporción de personas mayores en la población mundial está creciendo debido al aumento de la esperanza de vida y la disminución de la fecundidad. En Cuba, el 24,4% de la población tiene 60 años o más, lo que plantea desafíos y

* Licenciada en Periodismo. Periodista del sitio digital Cubadebate. La Habana. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0229-9395>. E-mail: lisycolor5@gmail.com

** Doctora en Ciencias Demográficas. Profesora Titular. Centro de Estudios Demográficos (CEDEM). Universidad de La Habana. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6140-0874> E-mail: dixie.trinquete@cedem.uh.cu

oportunidades para el desarrollo sostenible. El envejecimiento de la población cubana es acelerado y continuo, considerado un éxito de las políticas de salud pública y desarrollo socioeconómico, pero también un desafío para la sociedad en términos de salud, participación social y diseño de políticas públicas. El envejecimiento implica altos costos para la sociedad y la familia, afectando la seguridad social, la asistencia social y la renovación de los recursos laborales. La comunicación efectiva sobre el envejecimiento puede romper barreras, combatir la discriminación y promover la solidaridad intergeneracional; es crucial para el desarrollo de políticas públicas inclusivas. El estudio de las mediaciones presentes en ese proceso puede ayudar en la reconstrucción de significados y representaciones sociales en torno al envejecimiento, teniendo en cuenta que los medios de comunicación no solo transmiten información, sino que también impactan las representaciones sociales, influyendo en la percepción y comprensión de la sociedad sobre diversos temas.

Palabras clave: envejecimiento demográfico, edadismo, comunicación sobre población, mediaciones.

Abstract

The proportion of older people in the world's population is growing due to increasing life expectancy and decreasing fertility. In Cuba, 24.4% of the population is 60 years old or older, which poses challenges and opportunities for sustainable development. The aging of the Cuban population is accelerated and continuous, considered a success of public health and socioeconomic development policies, but also a challenge for society in terms of health, social participation and design of public policies. Aging implies high costs for society and the family, affecting social security, social assistance and the renewal of labor resources. Effective communication about aging can break down barriers, combat discrimination, and promote intergenerational solidarity; it is crucial for the development of inclusive public policies. The study of the mediations present

in this process can help in the reconstruction of meanings and social representations around aging, taking into account that the media not only transmit information, but also impact social representations, influencing perception and understanding of society on various issues.

Keywords: *demographic aging, ageism, population communication, mediations.*

Introducción

A medida que la esperanza de vida aumenta y la fecundidad disminuye, la proporción de personas mayores en la población mundial está experimentando un crecimiento sin precedentes. Este proceso, acuñado por expertos como teoría de la transición demográfica¹, plantea desafíos y oportunidades, tanto a nivel individual como colectivo, y su comunicación efectiva es crucial para el desarrollo sostenible.

El 24,4% de la población cubana tiene 60 años o más, según informó Juan Carlos Alfonso Fraga, vicesjefe de la Oficina Nacional de Estadística e Información (ONEI), en el último periodo de sesiones de la Asamblea Nacional del Poder Popular, el 19 de julio de 2024. La cifra responde a una actualización de la estadística demográfica de Cuba, a partir del cálculo de su población efectiva² (Cubadebate, 2024).

¹ La transición demográfica fue definida como el paso de elevados niveles de mortalidad y fecundidad hacia bajos niveles en las dos variables. Ese proceso es acompañado de la transformación de una sociedad predominantemente agraria y rural para una sociedad predominantemente urbana y volcada para la producción de bienes y servicios. Ha sido descrita como un proceso de larga duración, que transcurre entre dos regímenes extremos, basándose, principalmente, en la experiencia de países europeos industrializados.

² Se considera población efectiva a toda la que, en un año calendario, nació en el país o en otro país, pero reside de forma permanente, acumuló 180 días o más de residencia en el mismo durante los últimos 365 días y no ha fallecido. La condición de inmigrante o emigrante la da el tiempo de permanencia física en el país a lo largo de un año. El inmigrante, una vez que entra al país, debe acumular 180 días o más de permanencia en el mismo, en tanto el emigrante es aquel que en el año no acumuló 180 días o más de permanencia en el territorio nacional.

En los tres últimos años se ha intensificado la movilidad de la población cubana hacia el exterior, lo cual no queda reflejado en el cálculo de la población residente, de acuerdo con la metodología de cálculo existente hasta ahora, al no ser definida como migrante una parte importante de esa población, según la legislación vigente (hasta dos años de permanencia en el exterior establecen el Decreto Ley aplicado desde el 2013 y la moratoria migratoria aprobada en noviembre 2020, en medio de la epidemia de COVID-19).

“Por esta razón –explicó el vicesjefe primero de la ONEI–, se presentaron, analizaron y aprobaron criterios y algoritmos estadísticos que modifican las consideraciones metodológicas actuales asociadas a la variable migraciones, que se utiliza en el cálculo de la población anual, introduciendo el concepto de población con residencia efectiva (población efectiva)” (Cubadebate, 2024).

La actualización permite apreciar con mayor claridad el impacto del envejecimiento de la estructura por edades de la población del país. Además de La Habana, las otras dos provincias más envejecidas son justamente Villa Clara, con 26,2% (muy por encima de la media nacional) y Sancti Spíritus, con 24,2%. El proceso de envejecimiento –acelerado e ininterrumpido– puede considerarse un éxito de las políticas de salud pública y el desarrollo socioeconómico del país, pero a su vez constituye un desafío para la sociedad, que debe adaptarse a estos cambios, no solo para mejorar al máximo la salud y la capacidad funcional de las personas mayores, su participación social y su seguridad, sino también para el diseño de políticas públicas que contribuyan al desarrollo socioeconómico de la nación.

Esa realidad y tendencia implica que Cuba “presentará una economía envejecida, caracterizada por el alto costo, para la sociedad y la familia, de una atención y cuidado a la creciente población adulta mayor, incrementando el costo de los programas sociales con peso en la seguridad y asistencia social y una menor base para la renovación de los recursos laborales del país y sus territorios”, aseveró Alfonso Fraga ante los diputados (Cubadebate, 2024).

Independientemente del reciente recalcu, en su reciente informe *El Envejecimiento de la Población. Cuba y sus territorios*, la ONEI (2023) sostiene que es justamente el envejecimiento de su población el principal reto para Cuba en el ámbito demográfico. Este proceso ha tenido como causas fundamentales la velocidad acelerada de la transición demográfica, la estabilización de bajos niveles de fecundidad y mortalidad, variables que unidas al comportamiento de las migraciones en los últimos años han provocado tasas de crecimiento casi nulas o negativas en el último quinquenio (ONEI, 2023).

Vale la pena apuntar que la definición de envejecimiento, desde el punto de vista demográfico, está relacionada con el incremento en la proporción de personas de edad avanzada con relación al resto de la población. “El fenómeno, también se asocia, no solo al aumento de la proporción de ancianos, sino también a una disminución de la proporción de niños y jóvenes entre 0 y 14 años, que incide en la economía, la familia, los servicios, el reemplazo del capital humano, la seguridad social y en los elevados costos de atención médico/epidemiológico” (ONEI, 2023).

El comportamiento de este segmento de la población por sexo muestra que la población femenina crece a un ritmo superior a la masculina, lo cual se traduce en que el envejecimiento está feminizado, pues ellas viven más que sus pares masculinos.

En este contexto, la comunicación desempeña un papel fundamental en el desarrollo y la implementación de políticas, programas y acciones dirigidas a abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades asociadas con el envejecimiento demográfico, en tanto es un proceso que proporciona la coexistencia de conocimientos, experiencias y habilidades transmisibles y aprovechables.

Sin embargo, es un fenómeno que plantea desafíos para la seguridad social, la sostenibilidad económica y el desarrollo de servicios, especialmente en el ámbito de la salud. Las políticas públicas deben tener en cuenta la dimensión territorial

y la distribución por edades y sexos. Es fundamental involucrar activamente a las personas mayores en las acciones y medidas dirigidas a ellos para evitar la dependencia y el asistencialismo. Además, la sociedad en su conjunto debe fomentar una convivencia intergeneracional virtuosa, valorando la experiencia y la diversidad generacional (Aja Díaz et al, 2014). Es decir, se necesitan políticas de población integrales³ que garanticen la transversalidad del conocimiento de las dinámicas demográficas en cualquier diseño de desarrollo.

“Cualquier política social debe partir de la implicación y comprometimiento activos de los adultos mayores en las acciones y medidas a ellos dirigidas para evitar que la inevitable colocación del cuidado como categoría de gestión pública devenga en un asistencialismo que anquilose al adulto mayor y reproduzca e imponga la dependencia” (Aja Díaz et al, 2014).

Cuba cuenta con una Política de Atención a la Dinámica Demográfica —aprobada en 2014 y actualizada en 2022— que recoge estos desafíos (Aja, 2021). El segundo objetivo de esta norma insta a atender las necesidades de la creciente población de 60 años y más, así como fomentar la participación de los adultos mayores en las tareas económicas, políticas y sociales (CEDEM, 2023).

El conjunto de medidas contenidas en la Política y sus cuatro objetivos se imbrican con el desarrollo territorial y local, desde enfoques de género, derechos y medioambiental. La Política es controlada trimestralmente por la dirección del país y se nutre de la labor de Observatorios Demográficos en todas las provincias, asesorados desde el Centro de Estudios Demográficos (CEDEM), de la Universidad de La Habana. Estas estructuras académicas constituyen un

³ Entendemos como Política de Población el “conjunto de medidas adoptadas por un Gobierno con el fin de obtener determinados resultados demográficos, en lo cuantitativo y cualitativo” (Aja et al; 2014), advirtiendo que sus medidas pueden ser de carácter preventivo o paliativo. Según la demógrafa panameña Carmen Miró (1999), una condición inapelable de las políticas de población es justamente su integralidad; y el hecho de que deben partir de identificar aquellas problemáticas que afectan a las personas y se combinan para producir efectos en el volumen, estructura, dinámica y distribución de la población (Miró, 1999: 15).

elemento esencial pues, desde la investigación científica, aportan información y complementan el trabajo de la ONEI en la producción de los datos y la información oportuna y dinámica sobre la población.

En el ámbito normativo de la información y la comunicación, en 2018 se presentó una Política de Comunicación Social en el país, seguida de una legislación para tal efecto aprobada en 2023 y que recién ha sido publicada este mayo de 2024, junto a su reglamento de implementación. Sin embargo, la gestión de ambas políticas y sus leyes asociadas ha avanzado, hasta ahora, en procesos paralelos, con poca interacción y articulación. El país no cuenta con un marco comunicativo institucional, sistemático y oportuno, para que se conozcan con precisión los retos que enfrenta en materia de población, los informe y promueva reflexiones al respecto (Trinquete, 2021).

En general, el envejecimiento debe ser abordado como parte integral de la política nacional, teniendo en cuenta su relación con el desarrollo económico y social. Vale apuntar que, cuando hablamos de desarrollo, este debe estar no solo en función de satisfacer las necesidades de las personas, sino de los cambios demográficos. Y estos últimos requieren cambios en la comunicación.

La relación entre comunicación y desarrollo se fundamenta en la idea de que una comunicación inclusiva, participativa y basada en derechos puede empoderar a las personas, facilitar la toma de decisiones informadas y promover un desarrollo equitativo y sostenible.

En el caso del envejecimiento demográfico, la comunicación efectiva puede romper barreras, combatir la discriminación y promover la solidaridad intergeneracional. Además, desempeña un papel crucial en la movilización de recursos, la creación de alianzas y la generación de conciencia pública sobre la importancia de abordar los desafíos y utilizar las bondades que representa.

Para que la producción científica se convierta en conocimiento que permita cambiar conductas, requiere de soportes conceptuales que den sentido a ese proceso. Y de estructurarse sobre el entramado de la comunicación, entonces

también resulta imprescindible conocer cuáles *mediaciones* actúan en ella, y a través de qué mecanismos lo hacen.

Los medios, como formadores de opinión y constructores de sentido, tienen un papel fundamental en la explicación y profundización de causas y consecuencias de fenómenos complejos de la realidad—como pueden ser el comportamiento de las variables demográficas (fecundidad, mortalidad, migraciones).

Sin embargo, no toda la prensa cubana está cumpliendo ese papel de forma efectiva, lo cual ha sido demostrado en múltiples investigaciones en el país de 2011 a 2023. Entre los principales obstáculos destacan rutinas productivas mal excesivamente centralizadas, el difícil acceso de los periodistas a la información científica, por insuficiente especialización, entre otras causas, y la poco sistemática relación que mantienen con las fuentes de información y producción científica oficiales, institucionales o académicas (Trinquete, 2011, 2015 y 2017; Matos, 2015; Leyva, 2016; Leyva y Trinquete, 2018; Pedroso, 2020; Álvarez, 2023).

El envejecimiento de la estructura de edades de la población cubana, como uno de los cambios y características más significativas de la dinámica demográfica del país, requiere ingentes esfuerzos desde la comunicación para colocar en el centro de las políticas, no solo a las personas mayores, sino entender que este proceso constituye además de un reto, una oportunidad.

Ello solo es posible si se derriban los estereotipos obsoletos sobre la vejez y se concibe a las personas mayores, no como un problema o una carga, sino como un recursopreciado de nuestra sociedad.

Entender cómo se construye la comunicación sobre envejecimiento es la esencia de esta revisión bibliográfica y contextual y para su realización se ha empleado la revisión bibliográfica y el análisis de contenido. En este caso, se trata de un resultado parcial que tributa al *corpus* teórico y referencial de una tesis en curso correspondiente a la Maestría en Estudios de Población, del Centro de Estudios Demográficos (CEDEM) de la Universidad de La Habana.

La referida investigación académica caracterizará el proceso de construcción de la comunicación sobre envejecimiento en medios de prensa digitales cubanos entre 2018 y 2022, tomando en cuenta la influencia de las mediaciones que actúan en él.

La investigación demográfica en este ejercicio se concibe como “un proceso necesariamente social, a cuya comprensión pudieran contribuir acciones comunicológicas especializadas, que requieren ser concebidas desde una perspectiva transdisciplinar, y se conozca la manera en que las mediaciones diversas desde los emisores –y desde las políticas y el funcionamiento del entramado social- estructuran decisiones y comportamientos que constriñen o habilitan la construcción de la agenda de los medios, las cuales pudieran ejercer a su vez una influencia decisiva sobre la ejecución de las políticas demográficas” (Trinquete, 2016).

Desarrollo

El *envejecimiento demográfico* ha sido definido como un proceso sociohistórico que implica una transformación de la estructura por edades de una población, caracterizada por un aumento relativo del grupo etario considerado como viejo (60 años o más o 65 años o más, según el contexto) y una disminución relativa del grupo etario considerado como joven (menor de 15 años). El envejecimiento demográfico es consecuencia del descenso sostenido de las tasas de natalidad y mortalidad, asociado a cambios económicos, culturales y sanitarios. El envejecimiento demográfico tiene efectos multidimensionales en el desarrollo humano y social, por lo que requiere de un análisis integral que considere las necesidades, los derechos y las potencialidades de las personas mayores, así como su interacción con los demás grupos de edad.

La CEPAL (2020) señala que el envejecimiento demográfico plantea desafíos para garantizar el bienestar y la protección social de las personas mayores,

especialmente en temas como la salud, el trabajo, la educación, la vivienda y la participación ciudadana.

En ese sentido, el proceso de *construcción de comunicación sobre envejecimiento* se define aquí como “el conjunto de procedimientos mediante los cuales se deciden los temas vinculados al envejecimiento demográfico que serán publicados por los medios de comunicación y que expresan estrategias generales de los colectivos periodísticos y otros intereses temáticos producidos fuera del medio” (Trinquete, 2016).

La Comunicación sobre Población, nacida en el ámbito de la Demografía, es resultado de un proceso eminentemente social y se inscribe en un contexto en el que los desafíos de atender a la población como objeto y sujeto del desarrollo comenzaron a hacerse socialmente visibles, más allá del dominio de la propia ciencia demográfica. Aborda cómo se comunican los temas relacionados con las dinámicas demográficas y el desarrollo y apunta a la necesidad de un enfoque holístico que considere factores como la educación, los modelos de desarrollo, la pobreza y las relaciones de género. Puede contribuir a una mayor conciencia y comprensión de los desafíos demográficos y ambientales, promoviendo así políticas y prácticas sostenibles. En ese sentido, se imbrica con la Comunicación para el Cambio Social pues se basan en principios similares de participación, empoderamiento y democratización.

La Comunicación para el Cambio Social convierte a los actores sociales en comunicadores, y esto implica que son, en su potencialidad, agentes de cambio en una sociedad determinada. Según Gumucio (2011) se basa en cuatro pilares: la participación, el diálogo, la horizontalidad y la apropiación. Esto implica que los actores sociales sean sujetos activos y no meros receptores de la comunicación, que se establezca una relación dialógica y no impositiva entre los comunicadores y las audiencias, que se reconozca la diversidad y la pluralidad de voces y saberes, y que se fomente la autonomía y la sostenibilidad de las iniciativas comunicativas.

En esencia, ambas posicionan el diálogo y la participación como ejes centrales de los procesos sociales (Gumucio, 2004, p. 6), cuestiona la visión economicista del concepto originario de desarrollo y pone la lupa en lo comunitario y en la “multiplicidad de procesos dialógicos y participativos que pueden contribuir con la transformación social” (Saladrigas, de la Noval y Portal, 2021).

En ambos casos, los nudos conceptuales parten de la idea de que la comunicación es un proceso dialógico que puede ayudar a las personas a construir alternativas comunitarias de cambio. Los temas clave incluyen la producción de contenidos, la incidencia política, la participación comunitaria y el empoderamiento ciudadano (Martínez et al, 2023).

Su importancia radica en la capacidad de adaptarse a los contextos geográficos, sociales y económicos específicos, teniendo en cuenta factores como la propia demografía, pero también los niveles de alfabetización, el acceso digital y el consumo cultural y mediático. Ambos enfoques ven la comunicación como una herramienta poderosa para el cambio social y la participación ciudadana; son complementarios y pueden utilizarse juntos para abordar de manera efectiva desafíos del cambio social y demográfico como la migración, la baja fecundidad y, por supuesto, el envejecimiento.

Comunicar el envejecimiento: un camino con brechas

En los últimos 30 años, bajo la sombrilla del Programa de Acción emanado de la Conferencia Internacional de Población y Desarrollo (CIPD) de El Cairo, en 1994, que posicionó a los temas de población como asuntos de desarrollo, la comunicación en población ha evolucionado, abarcando campos de pensamiento y acción más amplios.

Estos procesos buscan capacitar a las personas para comprender la naturaleza, las causas y las implicaciones de los fenómenos demográficos a nivel individual, comunitario, nacional y global. Se enfocan en el desarrollo de conocimientos, valores y actitudes relacionados con la población y el desarrollo, como la

fecundidad, la mortalidad, las migraciones, la sexualidad, el género, la familia, el medio ambiente, entre otros, entre los cuales se incluye, por supuesto, el envejecimiento.

La llamada Comunicación en o sobre Población combina información, educación y la base científica de la demografía en busca de una cultura demográfica que tenga impacto tanto a nivel personal como en toda la población. Para lograrla, es fundamental fomentar una comprensión profunda de los procesos demográficos que afectan la vida cotidiana de las personas (CEDEM, 2022).

Según las propuestas de la comunicación sobre población, los medios de comunicación, incluyendo la prensa, las redes sociales y los espacios comunitarios, son herramientas fundamentales para construir consensos en torno a la cultura demográfica. Sin embargo, es necesario capacitar a periodistas y comunicadores para adquirir conocimientos y transmitirlos a otras audiencias. Esto implica tener acceso a fuentes de información científica, habilidades profesionales y formación académica, así como utilizar marcos teóricos para interpretar los procesos demográficos (CEDEM, 2022).

La inclusión en el CEDEM, desde inicios de la actual década, de un proyecto específico de investigación sobre comunicación, información y educación en temas de población, indica la comprensión que ha ido ganando la necesidad de democratizar el conocimiento generado por la llamada ciencia de la población.

En el caso de Cuba, como ya se anticipaba, se encuentra desarticulado y disperso el conocimiento sobre la relación entre los procesos demográficos y las percepciones que la población tiene sobre ellos, lo cual confirma la necesidad de estrategias de comunicación holísticas y coherentes. Una revisión de la producción científica de demógrafos cubanos en las últimas décadas "confirma el valor que, cada vez más, les otorgan a interacciones que articulen la investigación demográfica con otras disciplinas, entre ellas, la comunicación" (Trinquete, 2016).

El diseño de estrategias de comunicación dirigidas a “potenciar la familia cubana, y reorientar las percepciones de la población respecto al tamaño de las familias” (Aja et al, 2014), con énfasis en públicos jóvenes, se encuentra entre las recomendaciones para una política integral de población en Cuba, formuladas por un colectivo de autores del CEDEM hace una década (Aja et al, 2014). Los investigadores propusieron entonces tomar en cuenta factores como el potencial migratorio, la equidad e igualdad de género y la necesidad de aprender a vivir en una sociedad envejecida.

Si se tienen en cuenta otros cuerpos teóricos como el de Manuel Castells, quien ha propuesto el concepto de “sociedad red”, la comunicación y las tecnologías de la información juegan un papel central en la configuración de la sociedad contemporánea.

En su enfoque, este investigador destaca la importancia de la comunicación en la creación y reproducción de redes sociales y la formación de identidades colectivas (Castells, 2000). Desde esta perspectiva, la comunicación tiene un impacto directo en la configuración de la población y en la manera en que los individuos se relacionan e interactúan en el entorno social.

Otro teórico relevante, Stuart Hall, ha investigado la relación entre los medios de comunicación y la construcción de representaciones sociales. Hall (1997) sostiene que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la creación y difusión de imágenes, discursos y estereotipos que influyen en la percepción y comprensión que la sociedad tiene de determinados grupos poblacionales.

Su propuesta destaca la importancia de analizar cómo se representan y se construyen socialmente los diferentes segmentos de la población, incluyendo a las personas mayores, y cómo estas representaciones influyen en las interacciones y relaciones sociales.

Asimismo, la teoría de la comunicación de masas de McLuhan es relevante para comprender la relación entre la comunicación y la población. McLuhan (1994)

sostuvo que los medios de comunicación tienen un impacto profundo en la sociedad y en la construcción de la realidad social. Su enfoque destaca la influencia de los medios de comunicación en la forma en que las personas perciben el mundo y se relacionan con los demás. En el contexto de la comunicación y la población, esta perspectiva puede ayudar a comprender cómo los medios de comunicación contribuyen a la formación de representaciones y estereotipos sobre diferentes grupos poblacionales, incluyendo a las personas mayores.

La comunicación para el cambio social y los enfoques teóricos mencionados encuentran un punto de encuentro en la idea de que la comunicación puede desempeñar un papel transformador en la sociedad. Al abordar problemas sociales, promover la participación y el empoderamiento de la población, y generar cambios de comportamiento y actitudes, puede contribuir al cambio social y a la construcción de sociedades más justas e igualitarias.

Referentes para una imagen positiva del envejecimiento y la vejez

En el año 2008 Robert Butler, un pionero de la gerontología, acuñaba el término "revolución de la longevidad", al referirse como a lo largo de su vida esa "revolución" había añadido 30 años a la esperanza de vida promedio en todas las sociedades industrializadas.

"Pero esta revolución demográfica tuvo una consecuencia desafortunada: la discriminación por edad" (Whittington, 2014), un tema del que Butler ya había hablado desde el año 1968, cuando en una entrevista concedida al Washington Post con Carl Bernstein comparó los estereotipos negativos acumulados sobre las personas mayores con males como el racismo y el sexismo.

Robert Butler (1969) es considerado el fundador de la gerontología social y realizó importantes aportes al estudio de la discriminación por edad y el concepto de "ageismo". Argumentó que la discriminación por edad no sólo es perjudicial para los individuos mayores, sino que también afecta negativamente a la

sociedad en su conjunto. Propuso una definición del "ageismo" (conocido también por edadismo) como "un proceso de marginación sistemática de las personas mayores", y fue uno de los principales defensores del enfoque de "envejecimiento activo". Butler también ha sido un defensor de la necesidad de una mayor integración entre la gerontología y otros campos de la investigación social.

La gerontología social, como disciplina científica, estudia el envejecimiento desde una perspectiva social, es decir, desde la relación entre el individuo y su entorno social. Este enfoque se ha centrado en el análisis de las interacciones entre los individuos mayores y su entorno social, incluyendo la familia, la comunidad, el trabajo y los servicios sociales; y ha permitido entender cómo influyen las estructuras sociales en el envejecimiento y cómo los individuos mayores interactúan con la sociedad.

Uno de los principales aportes de la gerontología social es el reconocimiento de la diversidad y heterogeneidad de las personas mayores. En este sentido, Robert Butler (1969), pionero de este cuerpo teórico, destaca que ha contribuido a la comprensión de la diversidad y complejidad de los procesos de envejecimiento. Además, ha permitido identificar las desigualdades sociales que se producen en relación con el envejecimiento, como la discriminación y la exclusión social.

Es importante que los medios de comunicación promuevan una imagen positiva y realista de la vejez, que refleje la diversidad y la complejidad de las personas mayores y que reconozca su contribución a la sociedad. De ahí que, para un estudio del proceso de construcción de la comunicación sobre envejecimiento en medios de prensa digitales cubanos, necesariamente hay que mirar a paradigmas sociológicos que intervienen en la construcción de las agendas mediáticas

El estudio del envejecimiento demográfico en los medios de comunicación ha suscitado el interés de muchos investigadores y ha permitido entender cómo se construyen las representaciones sociales sobre la vejez y el envejecimiento. En

este sentido, los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la construcción de la imagen social de la vejez y el envejecimiento (Fariñas 2017a y 2017b).

Entre los paradigmas utilizados en el estudio del envejecimiento desde los medios de comunicación, se pueden destacar tres enfoques principales. El primero de ellos es el paradigma de la *agenda-setting*, que se enfoca en cómo los medios de comunicación influyen en la agenda pública y en la opinión pública, en este caso en relación con el envejecimiento demográfico.

Según McCombs (2006), "los medios de comunicación no solo nos dicen qué pensar, sino también sobre qué debemos pensar". Este paradigma se basa en los siguientes postulados:

- Los medios de comunicación tienen el poder de influir en la opinión pública y en la agenda pública.
- Los medios de comunicación seleccionan y enfatizan ciertos temas, lo que lleva a que el público preste más atención a esos temas.
- La atención del público a ciertos temas influye en la percepción de la importancia de esos temas.

Un segundo paradigma a tener en cuenta es el de la representación simbólica, esencial para un análisis de las representaciones simbólicas de la vejez y el envejecimiento en los medios de comunicación. El paradigma de las representaciones simbólicas se enfoca en cómo los medios de comunicación construyen y transmiten significados a través de símbolos y representaciones culturales. Algunos de los postulados de este paradigma dan cuenta de que:

- Los medios de comunicación no solo reflejan la realidad, sino que también la construyen a través de las representaciones simbólicas (Hall, 1997)
- Las representaciones simbólicas en los medios de comunicación influyen en la forma en que el público percibe y entiende el envejecimiento (Calasanti y Slevin, 2006)

- Las representaciones simbólicas en los medios de comunicación pueden perpetuar estereotipos y prejuicios sobre el envejecimiento.

En tanto, Erving Goffman, sostiene que "la presentación de la identidad en la vida cotidiana es una construcción simbólica que se realiza a través de la interacción social" (Goffman, 1959).

Hay que mirar también al paradigma de la comunicación intergeneracional, clave para la construcción de una sociedad inclusiva y diversa, que se centra en cómo los medios de comunicación pueden contribuir a mejorar la comunicación y la comprensión intergeneracional.

Por último, vale mencionar el paradigma del envejecimiento activo, el cual se centra en el estudio de los procesos de envejecimiento saludable y activo. Según la Organización Mundial de la Salud (2015), "es el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen". Se enfoca en la promoción del bienestar físico, psicológico y social de las personas mayores, y en la prevención de enfermedades y discapacidades asociadas al envejecimiento.

Entre sus principales postulados podemos mencionar la participación activa de las personas mayores en la sociedad, el reconocimiento de su contribución y valor como miembros activos de la comunidad, la promoción de la salud y la prevención de enfermedades y discapacidades asociadas al envejecimiento, y la eliminación de barreras y obstáculos que impiden la participación de las personas mayores en la sociedad.

Dentro de los autores destacados en el ámbito del envejecimiento activo se encuentra Alan Walker, quien ha dedicado gran parte de su carrera al estudio de este paradigma. En su artículo "*A strategy for active aging*", Walker (2002) propone una estrategia para el envejecimiento activo que incluye la promoción de la salud, la participación activa en la sociedad y la seguridad como fundamentales para el envejecimiento activo.

Otro autor relevante es Alan Bowling (2006), quien en su obra discute las definiciones de envejecimiento exitoso y plantea la necesidad de que sean las propias personas mayores quienes definan lo que significa envejecer de forma exitosa, incluyendo aspectos psicológicos, sociales y culturales.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) también ha sido un actor relevante en la promoción del envejecimiento activo. Desde el año 2002, la OMS definió el envejecimiento activo y propuso una serie de estrategias para su promoción, entre las que se incluyen la promoción de la salud, la educación y el aprendizaje a lo largo de toda la vida, la participación en la sociedad y la eliminación de barreras y obstáculos que impiden la participación de las personas mayores.

Otros autores han hecho aportes, como Paul Baltes y Margret Baltes, quienes han propuesto el modelo de Selección, Optimización y Compensación (SOC) como una teoría del envejecimiento exitoso, en la que las personas mayores pueden mantener su bienestar y adaptarse a los cambios a medida que envejecen, a través de la selección de objetivos importantes, la optimización de los recursos disponibles y la compensación de las limitaciones y pérdidas (Liberalesso, 2007).

Existen varios estudios que analizan la imagen de la vejez en los medios de comunicación desde la perspectiva del paradigma del envejecimiento activo. Estos estudios se centran en examinar cómo se representan las personas mayores en los medios, y cómo estas representaciones pueden afectar su bienestar físico, psicológico y social.

Por ejemplo, un estudio realizado por los investigadores Markov y Yoon, (2021) examinó la prevalencia y diversidad de los adultos mayores en la televisión en horario estelar, y los estereotipos de edad en estas representaciones.

Los autores analizaron el contenido de 112 episodios de series populares de televisión estadounidenses emitidos entre 2004 y 2018 e identificaron que solo el 6,6% de los personajes tenían 65 años o más, una ligera mejora con respecto

a estudios anteriores, pero aún muy por debajo de la proporción real de adultos mayores en la población estadounidense.

Además, el personaje típico de mayor edad era joven-viejo, hombre, caucásico, de clase media, sin discapacidad y heterosexual. Las mujeres de edad y las minorías étnicas seguían gravemente subrepresentadas, mientras que los personajes viejos-viejos, las minorías sexuales y las personas con discapacidades eran prácticamente inexistentes. Más de la mitad de los personajes mayores incluían estereotipos de edad, en su mayoría negativos. Estos hallazgos reflejan el discurso dominante sobre el envejecimiento y sus posibles implicaciones para la percepción pública de los adultos mayores.

Otros estudios como el de Bravo-Segal (2018), que examinó y describió el tratamiento informativo hacia las personas mayores de algunos medios de comunicación digital de Chile y España, plantean que a menudo el tratamiento informativo es sensacionalista, peyorativo y/o morboso.

Por ejemplo, las categorías "Persona mayor como víctima de tragedia, muerte, vulnerabilidad u otro", y "Persona mayor como necesitada, deficitaria o incapaz", difunden una imagen sesgada que no refleja la gran diversidad de las personas mayores sino todo lo contrario, evocan representaciones sociales de fragilidad e indefensión que apelan a la compasión del colectivo.

"Estos discursos se basan en estereotipos y prejuicios negativos donde predomina la construcción discursiva de la vejez como una etapa de la vida penosa y con carencias económicas, físicas y sociales. El uso reiterado de este tipo de discursos promueve la estigmatización y (sobre) protección del colectivo. Además, la persona mayor es representada con rasgos indeseables de belleza, enfermedad e inutilidad en un mundo moderno y productivo, entre otros" (Bravo-Segal, 2018).

Un tercer estudio (Robinson et al, 2007) buscó examinar la representación de las personas mayores en las películas animadas de Disney en términos de género, raza, apariencia, rol, personalidad y características físicas. Los hallazgos

indican que, si bien la mayoría de los personajes mayores son retratados de manera positiva, todavía existe un porcentaje significativo que se representa de forma negativa. La investigación sugiere que cuando los niños ingresan a la escuela primaria, ya han desarrollado opiniones negativas sobre las personas de mayor edad. Esto se debe a que los estereotipos se forman, no sólo a partir de la experiencia directa, sino también de la exposición a los medios de comunicación, como la televisión y el cine.

Si se mira la representación de la vejez en la publicidad, no solo las representaciones suelen ser estereotipadas sino también limitadas, tal como sugieren Mansinho y Pochintesta (2011), quienes sostienen que las publicidades que eligen mostrar personas jóvenes y adultas para promocionar sus productos, bienes o servicios, en detrimento de un grupo poblacional que crece cada día más como es el de las personas mayores.

El envejecimiento demográfico supone una transformación económica y social importante y es vital encontrar respuestas para los retos que plantea y soluciones que puedan hacer realidad el objetivo tantas veces mencionado de construir un mundo, una sociedad, para todas las edades.

La longevidad es una buena noticia a título individual, pero el incremento de personas longevas se presenta, cada vez más, como un problema, como una carga para la sociedad a pesar de que las organizaciones y movimientos de mayores y diversos organismos internacionales, insisten en señalar que las personas mayores no son el problema, sino parte de la solución. Que en lugar de ser una carga son, pueden ser, un recurso. De una u otra forma, todo esto está relacionado con la imagen del envejecimiento y de la vejez que tiene la sociedad y en cuya generación y expansión corresponde un papel primordial a los medios de comunicación (Díaz Aledo, 2013).

Para Butler (2005), los temores y prejuicios sobre el envejecimiento sólo disminuirían mediante la reconstrucción social de la vejez.

En el informe de UNFPA del año 2012, *El envejecimiento en el siglo XXI: Una celebración y un desafío*, el organismo enuncia diez acciones prioritarias a fin de maximizar las oportunidades de las poblaciones en proceso de envejecimiento. Desde entonces, ya se hablaba de reconocer que el envejecimiento de la población es inevitable y que es necesario preparar adecuadamente a todos los interesados directos (gobiernos, entidades de la sociedad civil y del sector privado, comunidades y familias) para el creciente número de personas de edad. Esto debería realizarse fortaleciendo la comprensión y las capacidades nacionales y locales y estableciendo las reformas políticas, económicas y sociales que se necesitan a fin de adaptar las sociedades a un mundo en proceso de envejecimiento (UNFPA, 2012).

Asimismo, se recomendaba desarrollar una nueva cultura basada en los derechos humanos de las personas mayores y promover un cambio de mentalidad y de actitudes sociales con respecto al envejecimiento y las personas mayores, que no deben ser consideradas meros receptores de medidas de bienestar social, sino miembros activos que contribuyen a la sociedad. Para esto es necesario, entre otras cosas, impulsar la formulación de instrumentos internacionales de derechos humanos y traducirlos en leyes y reglamentaciones nacionales y medidas afirmativas que contrarresten la discriminación por motivos de edad y reconozcan a las personas de edad como sujetos autónomos (UNFPA, 2012).

Mediaciones en la agenda

Para este estudio se concibe a las *mediaciones* como aquellos “procesos estructurantes, constrictivos y/o habilitantes, que resultan de la interrelación de actores y prácticas comunicativas con los distintos agentes, instancias y procesos sociales donde tienen lugar, los cuales configuran y dan sentido a la comunicación” (Martín Serrano, 1986; Martín-Barbero, 1987). Son “los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la

materialidad social y la expresividad cultural de los medios” (Martín-Barbero, 1987: 233); el punto de articulación entre los procesos económicos y los simbólicos, lo macro y lo microsocioal, lo popular y lo masivo, la producción y el consumo.

Martín-Barbero (1987) propone un modelo de análisis de las mediaciones que distingue tres niveles: las matrices socioculturales, las lógicas de producción y las competencias de recepción. Estos niveles permiten comprender cómo se articulan los factores históricos, políticos, económicos y culturales que influyen en la comunicación.

De acuerdo con varios autores, las mediaciones son procesos complejos que involucran interacciones entre los medios, los receptores y el contexto sociocultural en el que se desarrollan. Estudiarlas permite comprender cómo se construyen y negocian los significados en la sociedad a través de los medios de comunicación.

Las mediaciones, entendidas como los procesos a través de los cuales los medios de comunicación influyen en la construcción de significados y representaciones sociales, han sido objeto de estudio de diversos investigadores en el campo de la comunicación. Entre los referentes más destacados se encuentra Martín Serrano, cuyas contribuciones han sido fundamentales para comprender la relación entre los medios y la sociedad.

Según Martín Serrano (1998), los medios de comunicación no solo transmiten información, sino que también desempeñan un papel activo en la construcción de la realidad social. Su enfoque destaca la importancia de analizar las interacciones entre los medios y la sociedad, reconociendo que los mensajes mediáticos no son meros reflejos de la realidad, sino que influyen en la producción de significados y en la configuración de las identidades individuales y colectivas.

Otro referente clave en el estudio de las mediaciones es Stuart Hall (1980), quien enfatiza la influencia de los contextos sociales y culturales en la

interpretación de los mensajes mediáticos. Hall sostiene que los significados no son inherentes a los mensajes, sino que son construidos y negociados por los receptores en función de sus experiencias previas, sus conocimientos y los marcos culturales en los que están inmersos.

En la era digital, Henry Jenkins (2006) ha realizado aportes significativos al concepto de "cultura de la convergencia". Jenkins sostiene que los medios ya no se consumen de manera lineal y aislada, sino que se produce una convergencia de plataformas, contenidos y prácticas culturales. Esta convergencia implica una mayor participación y colaboración por parte de los receptores, quienes se convierten en consumidores activos y en generadores de contenidos.

Las mediaciones son un concepto complejo y polisémico que abarca diversas disciplinas científicas y se refiere a los diferentes elementos y su interrelación en un proceso mediador (Carro, 2010). Estas mediaciones pueden surgir de múltiples fuentes, como la cultura, la política, la economía, la clase social, el género, la edad, la etnicidad, la comunicación, las condiciones situacionales y contextuales, las instituciones y los movimientos sociales, entre otros (Carro, 2010).

Manuel Martín Serrano (1977, 1986) defiende una perspectiva integradora de la comunicación y la sociedad. Su Teoría de la Mediación Social y la Teoría Social de la Comunicación han sido influencias importantes en este campo de estudio. Por otro lado, Rodolfo Tuirán (1996), desde la demografía, establece la importancia de la comunicación en la transmisión de mensajes relacionados con los procesos demográficos y reconoce la presencia de obstáculos sociales, económicos y culturales en la difusión efectiva de estos mensajes.

En el ámbito del periodismo, se han propuesto enfoques que consideran las prácticas informativas, las características de los emisores y la cultura profesional de los periodistas como elementos mediadores en la producción de mensajes (Shoemaker y Reese, 1994; Reese, 1999; Rodrigo Alsina, 2005). Asimismo, los estudios sobre la tematización y la agenda setting, desarrollados por autores

como Luhman, Combs, Shaw, Dearing y Rogers Everett, plantean que las agendas mediáticas a largo plazo tienen efectos acumulativos en las audiencias (Trinquete, 2016).

En el contexto cubano, se ha adoptado el enfoque teórico de Martín Serrano para estudiar las relaciones entre el sistema social y el sistema comunicativo, lo cual permite una mayor articulación con otros procesos sociales (Alonso, 2000). Además, la Teoría General de los Sistemas, desarrollada por Niklas Luhmann, ha contribuido significativamente al estudio de las mediaciones al identificar diferentes tipos de sistemas y destacar que la sociedad se compone de comunicaciones, no de individuos (Luhmann, 1996).

El enfoque teórico de Martín Serrano ha sido ampliamente utilizado por investigadores cubanos para analizar las relaciones entre instituciones y sistemas de comunicación en el contexto socioeconómico y político nacional. Su Teoría Social de la Comunicación ha sido reconocida por su enfoque sistémico e innovador, que considera las prácticas en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia (Martín, 1986).

Esta perspectiva ha sido aplicada al estudio de los procesos demográficos y su comprensión por parte de diversos públicos a través de los medios de comunicación tradicionales y los nuevos espacios mediáticos.

Según Martín Serrano, tanto el sistema social como el sistema de comunicación manejan materias, energías e información, pero el sistema de comunicación se enfoca específicamente en los acontecimientos sociales (Martín, 1986). El autor sostiene que existen relaciones de dependencia e interdependencia entre estos sistemas, los cuales interactúan en un mismo plano. Martín Serrano teoriza sobre la transformación de la comunicación pública y el cambio social, reconociendo la influencia mutua entre ambos.

Sin embargo, especialistas, como Hilda Saladrigas cuestionan la idea de Martín Serrano de que el sistema de comunicación tiene una capacidad desmedida para afectar al sistema social (Saladrigas, 2007). Martín-Barbero también señala que

la dificultad en diferenciar el sistema social y el sistema de comunicación radica en la dificultad de pensar la comunicación más allá de su función reproductiva de lo social (Martín-Barbero, 2007).

A pesar de estas críticas, la propuesta de Martín Serrano proporciona una comprensión más elaborada de las mediaciones y los comportamientos comunicativos, especialmente en las relaciones entre la prensa y el poder. Reconoce que los medios de comunicación no son los únicos proveedores de información utilizada por los receptores en sus representaciones, pero destaca su papel importante en los procesos de mediación social (Carro, 2010).

Según Serrano, las mediaciones se manifiestan entre el funcionamiento del sistema de comunicación y las características operativas del sistema cognitivo. Las relaciones entre ambos sistemas se ven afectadas por la intervención del sistema social y por el entorno como sistema de referencia (Martín, 1986). El autor enfatiza que los datos de referencia provenientes de los medios de comunicación son el producto de una elaboración institucionalizada de la información, que precede a la elaboración cognitiva y la formación de representaciones subjetivas (Martín, 1986).

Diversos estudiosos han incursionado en el tema de las representaciones y buscan delimitar la naturaleza de los medios de comunicación, no solo estudiándolos desde su enfoque comunicativo, sino también considerando aspectos mediadores como la ideología y la cultura. Para ello, han encontrado apoyo en las definiciones de las representaciones sociales, la creación de significado y la construcción simbólica de la realidad. En este contexto, la definición de representación social de Moscovici se refiere a la forma en que se reconstruye la vida social y la realidad mediante un proceso mental llevado a cabo por el aparato psíquico humano en colaboración con otros. Estas representaciones pueden ser de hechos o de ideas, y ambas descomponen y recomponen su objeto (Moscovici, 1986 citado por Vidal, 2006).

Moscovici destacó cómo las dimensiones ideológicas de la vida en sociedad influyen en las interpretaciones de la realidad y en los juicios sobre las personas y los objetos. Además, señaló que las representaciones están relacionadas con los contenidos del pensamiento cotidiano, es decir, con los modelos explicativos que un grupo social tiene sobre algún fenómeno de la realidad (Jodelet, 1986). Según las ideas de Moscovici, la información previa utilizada para reconstruir la realidad proviene de múltiples fuentes, nunca es suficiente y generalmente está desorganizada. Esto significa que los datos disponibles para la mayoría de las personas al responder una pregunta o formarse una idea sobre un objeto específico suelen ser insuficientes y abundantes al mismo tiempo (Mora, 2002). Estos datos no llegan de una única fuente, sino que involucran experiencias de vida, herencias culturales y percepciones.

"Las representaciones se generan de manera colectiva, en términos de conceptos, ideas, categorías, sentimientos, emociones, móviles de actos y prácticas tradicionales, etcétera; por eso determinan casi todos los aspectos de la vida social, pues son, en todo caso, estructuras que fundan relaciones y comportamientos" (Vidal, 2006).

En este sentido, los medios de comunicación, incluyendo los medios de prensa, no pueden abarcar todos los eventos existentes. En su papel de intermediarios, deben realizar una selección y establecer una agenda en función de las necesidades sociales. Según Martín Serrano, la mediación comunicativa comienza cuando los emisores eligen ciertos objetos de referencia del acontecer público y ofrecen a las audiencias un producto comunicativo que incluye datos conceptualmente relacionados entre sí, es decir, un relato expresado en algún medio material.

Por lo tanto, la necesidad de poner en la agenda mediática ciertos temas está determinada tanto por lo que los receptores necesitan como destinatarios finales de esos mensajes, como por las demandas del sistema político de cada sociedad

para lograr una comprensión de un tema en particular, en este caso, los aspectos demográficos (Trinquete, 2016).

Al considerar cómo se eligen y pre-elaboran los eventos que serán reflejados de manera informativa, Martín Serrano (1986) describe tres mediaciones presentes en el producto comunicativo:

- 1) La selección de los objetos de referencia del acontecer público que se presentarán a las audiencias.
- 2) La aportación de datos conceptualmente relacionados entre sí sobre los objetos de referencia seleccionados, a partir de los cuales se construye el relato.
- 3) La transmisión del relato en un medio, de acuerdo con las características del medio y sus cualidades expresivas.

Para este autor, los productos comunicativos de los medios son en sí mismos operaciones de mediación. Aunque no son los únicos proveedores de información utilizada por los receptores en sus representaciones, ocupan un espacio importante en los procesos generales de mediación social. Las agendas construidas en los relatos de los medios también son representaciones mediadas de la realidad, a pesar de la objetividad de la sustancia original. Aquí radica la mediación, tanto cognitiva como estructural, por parte del productor de comunicación, a quien el autor denomina "actores" (que también se aplica a otros agentes humanos).

En este contexto, se plantea el concepto de la "mediación comunicativa", que se refiere al proceso mediante el cual los medios de comunicación seleccionan, organizan y presentan la información a las audiencias. Esta mediación no solo implica la transmisión de información, sino también la construcción de significado y la influencia en las representaciones sociales.

Es importante destacar que los medios de comunicación no son simplemente transmisores neutrales de información, sino que tienen un papel activo en la construcción de la realidad social. A través de su selección y enfoque de los

eventos, los medios pueden influir en cómo se perciben y comprenden esos eventos. Esto puede tener implicaciones significativas en la formación de opiniones, actitudes y creencias de las personas.

Algunas reflexiones a modo de conclusión

Como se ha confirmado en las estadísticas consultadas, la población cubana está envejeciendo rápidamente, con un 24,4% de personas mayores de 60 años. Este fenómeno es resultado de la transición demográfica, caracterizada por una baja fecundidad y mortalidad, y un aumento en la esperanza de vida.

El envejecimiento demográfico presenta tanto desafíos como oportunidades. Entre los desafíos se encuentran el aumento de los costos de atención y cuidado, y la necesidad de adaptar las políticas públicas para mejorar la salud, la participación social y la seguridad de las personas mayores. Sin embargo, también se reconoce el valor de la experiencia y habilidades de las personas mayores como un recurso para la sociedad.

Cuba cuenta con una Política de Atención a la Dinámica Demográfica que busca abordar estos desafíos de manera integral. Esta política se actualiza regularmente y se basa en principios de género, derechos y sostenibilidad ambiental, con el objetivo de fomentar un desarrollo socioeconómico inclusivo y sostenible.

La comunicación juega un papel crucial en la implementación de políticas y programas dirigidos a abordar el envejecimiento demográfico. Es esencial promover una imagen positiva del envejecimiento, derribar estereotipos y fomentar la participación activa de las personas mayores en la sociedad.

Referencias Bibliográficas

1. Aja Díaz, A. (2021). *Política de Población. Experiencias desde Cuba*. *Novedades en Población*, 17 (33). <http://www.novpob.uh.cu>

2. Aja Díaz, A., Rodríguez Gómez, G., Martín Romero, J. L., Benítez Pérez, M. E., Alfonso León, A., Araujo González, R., & Lorenzo Pérez, O. (2014). Propuesta de un enfoque estratégico para abordar el envejecimiento de la población. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 4(2). Disponible en línea: <https://revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/155/155>

3. Alonso, M. (2000). "La investigación de la comunicación en Cuba: préstamos teóricos para un itinerario singular". *Temas*, No. 20-21. pp. 39-pp. 50.

4. Álvarez Sánchez, L.A (2023). *Cruzar las fronteras desde la comunicación: Influencia de las mediaciones políticas y culturales en el tratamiento de las migraciones en los medios de prensa Cubadebate, Granma, Invasor y Escambray en los años 2013 y 2022*. Tesis de Licenciatura en Periodismo. La Habana: Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.

5. Bowling, A. (2006). Lay perceptions of successful ageing: Findings from a national survey of middle aged and older adults in Britain. *European Journal of Ageing*, 4, 57-58.

6. Bravo-Segal, S. (2018) "Edadismo en medios masivos de comunicación: una forma de maltrato discursivo hacia las personas mayores". *Discurso & Sociedad*, Vol. 12(1), 1-28 2. Disponible en: [http://www.dissoc.org/es/ediciones/v12n01/DS12\(1\)](http://www.dissoc.org/es/ediciones/v12n01/DS12(1))

7. Calasanti, T.; Slevin, K. & King, N. (2006). "Ageism and Feminism: From? Et Cetera? to Center." *NWSA Journal* 18.1 pp. 13-30.

8. Carro, C. (2010) *Análisis de las mediaciones políticas y de los emisores, que actúan en el proceso de construcción de la agenda sobre temas económicos en el periódico Trabajadores y la Revista Bohemia*. (Tesis de doctorado) Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. La Habana.

9. Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). Alianza Editorial.

10. CEPAL. (2020). Envejecimiento, solidaridad y protección social: La urgencia de transformaciones progresivas.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45497/1/S2000847_es.pdf

11. CEDEM (Coord. Ed). (2023). *Política de Atención a la Dinámica Demográfica en Cuba. Camino recorrido y principales decisiones para su implementación*. La Habana: Centro de Estudios Demográficos (CEDEM). ISBN: 978-959-7253-35-8.

12. CEDEM (Colectivo de autores). (2022). *Una ruta de trabajo para los Observatorios Demográficos: Camino para la Implementación de la Política de Atención a la Dinámica Demográfica en Cuba*. La Habana: Centro de Estudios Demográficos (CEDEM). ISBN: 978-959-7253-33-4.

13. Cubadebate (2024, 19 de julio). *Cuba en datos: Hoy somos menos de 10 millones de cubanos residentes*. Disponible en: <http://www.cubadebate.cu/noticias/2024/07/19/hoy-somos-menos-de-10-millones-de-cubanos-residentes/>

14. Díaz Aledo, L. (2013). La Imagen de las personas mayores en los medios de comunicación [The image of the elderly people from the mass media]. *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, n.º 41, 483-502. ISSN: 2254-724X. Disponible en:

<http://www.acpgerontologia.com/documentacion/imagendiazaledo.pdf>

15. Fariñas Acosta, L. (2017a, enero 15). Problemas de la edad (I). Granma. <http://www.granma.cu/todo-salud/2017-01-15/problemas-de-la-edad-i-15-01-2017-22-01-13>

16. _____ (2017b, enero 22). Problemas de la edad (II). Granma. <http://www.granma.cu/todo-salud/2017-01-22/problemas-de-la-edad-ii-22-01-2017-21-01-03>

17. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.

18. Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 195-211.

19. _____ (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & Desarrollo*, 12 (1), 2-23. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101>

20. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications.

21. Jenkins, H. (2008). "Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación". Vol. 175. Grupo Planeta (GBS).

22. Jodelet, D. (1986). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. En Moscovici, S. (Ed.) (1986). *Psicología social II* (pp. 469-494). Barcelona: Editorial Paidós.

23. Leyva, L. y Trinquete, D.E. (2018) *Análisis Métrico de la producción sobre dinámicas de población en medios nacionales y territoriales seleccionados*. La Habana: Instituto Internacional de Periodismo José Martí (IIPJM).

24. Leyva, L. (2016). *Dinámica demográfica en Cuba: análisis métrico de la producción periodística en el período 2005-2015 a partir de los periódicos Granma y Juventud Rebelde y la revista Bohemia*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Información. La Habana: Facultad de Comunicación (FCOM). Universidad de La Habana.

25. Liberalesso Neri, A. (2007). "El legado de Paul b. Baltes a la psicología: el paradigma *life span* aplicado al desarrollo y al envejecimiento". *Revista Latinoamericana de Psicología*, 39(2), 413-417. Retrieved July 20, 2024. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-05342007000200014&lng=en&tlng=es.

26. Luhmann, N. (1996). *Teoría de la sociedad y pedagogía*. Barcelona, España: Paidós Educador.

27. McCombs, M. E. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Editorial Paidós.

28. McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. Routledge.

29. Mansinho, M. y Pochintesta, P. (2011) *Hacia un análisis crítico de las imágenes de la vejez en los mensajes publicitarios*. Ponencia presentada al III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-052/44>

30. Martín Serrano, M. (1986). La mediación social: el paradigma de la comunicación. *Telos*, 10, 9-20.

31. Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili.

32. Martínez Roa, Omar Gerardo, Guzmán Rodríguez, Clara Helena, & Lara Avilés, Geisa Lorena. (2023). Una revisión sistemática de la comunicación para el cambio social (2015-2021). *Cuadernos.info*, (55), 332-354. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.55.56201>

33. Matos, A.M. (2015). *¿Sabemos comunicar y educar en población?* Tesis de Licenciatura en Periodismo. La Habana: Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.

34. Miró, C. (1999). "América Latina: La población y las políticas de población entre Bucarest y El Cairo". *Revista Papeles de Población*, abril-junio, No.020, México. Recuperado: <http://www.redalyc.org/pdf/112/11202002.pdf>. Consultado: mayo de 2023.

35. Mora, M. (2002). *La teoría de representaciones sociales de Serge Moscovici*. *Revista Athenea digital*. No. 2. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/34106/33945>

36. Oficina Nacional de Estadística e Información (ONEI) (2014). Censo de Población y Viviendas 2012, Disponible en: <http://www.onei.gob.cu/node/13001>

(2023). El envejecimiento de la población. Cuba y sus territorios. Disponible en: http://www.onei.gob.cu/sites/default/files/envejecimiento_2022_.pdf

37. Organización Mundial de la Salud (OMS) (2015). Informe Mundial sobre el envejecimiento y la salud, pág. 9. Disponible en:

https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873_spa.pdf

38. Pedrosa, A.K. (2020) *Prensa y Demografía: Bajo la lupa de los Estudios Métricos. Análisis del comportamiento de la producción periodística sobre dinámica demográfica en medios provinciales cubanos (2018-2019)*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Información. La Habana: Instituto Internacional de Periodismo José Martí (IIPJM) y Facultad de Comunicación (FCOM). Universidad de La Habana.

39. Reese, S. (1999). "Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de "jerarquía de influencias". *Comunicación y Sociedad*, No XII pp. 47-68.

40. Robinson, T.; Callister, M.; Magoffin, D. & Moore J. (2007). "The portrayal of older characters in Disney animated films". *Journal of Aging Studies*, Volume 21, Issue 3, 2007, pp. 203-213, ISSN 0890-4065. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2006.10.001>.

41. Rodrigo Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Segunda Edición. Barcelona: Ediciones Paidós.

42. Rodríguez, G. (2013). *De lo individual a lo social: Cambios en la fecundidad cubana*. La Habana: Centro de Estudios Demográficos (CEDEM).

43. Saladrigas, H. (2007). "La teoría de los Sistemas y las Mediaciones. Enfoques posibles para los estudios de la comunicación organizacional en Cuba. *Revista Mediaciones Sociales*. Disponible en:

<http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/SaladrigasMedina/asset/s/327-353%20Saladrigas%20Medina.pdf>.

44. Saladrigas, H., de la Noval, A. y Portal, R. (2021). La comunicación para el cambio social: una aspiración dentro del campo académico de la comunicación social en Cuba. *Estudios del desarrollo social: Cuba y América Latina*, 9 (2), 16-32. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/147279/La%20comunicaci%c3%b3n%20para%20el%20cambio%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

45. Shoemaker, P. y Reese, S. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Editorial Diana.

46. Trinquete Díaz (2021). Contar la población: Mediaciones para la comunicación de la dinámica demográfica. *Novedades en Población*, 17 (33). Disponible en línea: <http://www.novpob.uh.cu>

47. _____ (2017). Contar la sociedad: De la Demografía a la Comunicación [Tesis de doctorado]. Centro de Estudios Demográficos (CEDEM), Universidad de La Habana.

48. _____ (2015). "La Comunicación en Población en el contexto de los problemas sociales de la ciencia y la tecnología". *Revista Novedades en Población*, 10(20), 105-115. Disponible en: Recuperado: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1817-40782014000200008&lng=es&tlnq=es . Consultado: septiembre de 2015.

49. _____ (2011). *Mediaciones para el tratamiento de la fecundidad en la prensa escrita cubana*. Tesis en opción al grado de Máster en Demografía. La Habana: Centro de Estudios Demográficos (CEDEM), Universidad de La Habana.

50. Tuirán, R, (1996). "Cultura demográfica. Comunicación en población y procesos de difusión". *Revista DemoS*, No. 9 Pp 25-26. México: UNAM.

51. UNFPA (2012) *Help Age International. Ageing in the Twenty-First Century: a celebration and a challenge*. New York/London: UNPFA/ Help Age International. Disponible en: <https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Ageing%20report.pdf>

52. Vidal, J.R. (2006). *Medios y Públicos: Un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

53. Walker, A. (2002). *A Strategy for Active Ageing*. Labor: Personnel Economics.

54. Whittington, F. J. (2014). From ageism to the longevity revolution: Robert Butler, Pioneer. *The Gerontologist*, 54(6), 1064-1074.

Contribución de autoría

- Conceptualización: Lisandra L. Fariñas Acosta y Dixie Edith Trinquete Díaz
- Curación de datos: Lisandra L. Fariñas Acosta y Dixie Edith Trinquete Díaz
- Análisis formal: Lisandra L. Fariñas Acosta
- Investigación: Lisandra L. Fariñas Acosta
- Metodología: Lisandra L. Fariñas Acosta y Dixie Edith Trinquete Díaz
- Supervisión: Dixie Edith Trinquete Díaz
- Validación: Lisandra L. Fariñas Acosta y Dixie Edith Trinquete Díaz
- Visualización: Lisandra L. Fariñas Acosta y Dixie Edith Trinquete Díaz
- Redacción - borrador original: Lisandra L. Fariñas Acosta y Dixie Edith Trinquete Díaz
- Redacción - revisión y edición: Lisandra L. Fariñas Acosta y Dixie Edith Trinquete Díaz