

La invisibilidad de la tercera edad

Mercedes Charles C.

Envejecer atemoriza casi a todas las personas, pero esto no ha sido siempre así, ni es una afirmación válida para todas las culturas. En muchas sociedades y grupos tradicionales, la edad es sinónimo de experiencia y sabiduría, baste revisar el respeto que tiene la mayoría de los grupos indígenas hacia la gente de edad que viven en sus comunidades.

Las abuelas y los abuelos, como muchas personas los llaman, representan para ellos una fuente confiable de saber y de conocimientos. Ellas, aunque principalmente ellos, son consultados con frecuencia para encontrar respuestas a todas aquellas interrogantes que la vida plantea. Ambos guardan las tradiciones que de generación a generación se transmiten en sus pueblos; conocen las leyendas que explican sus orígenes, que les permiten construir el presente y encaminar su devenir.

Las ancianas y los ancianos han caminado por largos años y saben como enfrentar mejor los obstáculos que se van presentando; han cometido errores y tenido aciertos, lo que les permite dar mejores consejos y la edad les ha permitido descubrir algunos de los secretos que explican nuestro estar en el mundo.

Sin embargo, en las sociedades modernas las personas de la tercera edad no tienen el lugar que se merecen. Prueba de ello la podemos encontrar en los medios de comunicación que, por lo general, omiten a este sector de la población, o bien, les otorga un papel secundario.

Pareciera que ellos tienen la consigna de difundir ampliamente que la juventud es uno de los valores supremos de nuestra sociedad, haciendo de los y las jóvenes los principales protagonistas de su programación, mientras que

las personas maduras empiezan a declinar en ella y las de la tercera edad son prácticamente invisibles.

Curiosamente, estas últimas son las más asiduas seguidoras de los medios, principalmente de la radio y de la televisión, ya que las acompañan en su soledad y en sus largas horas de vigilia, además de que sus contenidos les permiten vivir imaginariamente nuevas y variadas experiencias, dándoles la oportunidad de soñar con otras realidades mucho mejores que las que su vida les ofrece.

Además de este contacto cercano con los medios, gracias a los grandes adelantos de la medicina, existe la tendencia mundial de incrementar las expectativas de vida de la población. Esto quiere decir que la gente de la tercera edad se incrementa año con año. Sólo en nuestro país, según datos del INEGI el grupo de la población de más de 65 años representa el 6 por ciento del total, porcentaje que se incrementa año con año.

Entonces nos preguntamos ¿por qué a los medios no les interesa este sector? La respuesta quizás la podríamos encontrar en que sus integrantes han perdido, en buena medida,



Raul Pontón Zúñiga

su capacidad de consumo. En su gran mayoría, tienen pocos recursos ya que o son jubilados y jubiladas, o no tienen ingreso alguno porque sus posibilidades de contar con un trabajo estable son prácticamente nulas; y, a los medios de comunicación les interesa promover el consumo, porque es la publicidad la que les da sustento para constituirse en gran negocio.

Pero es tanta la insistencia de los medios en que la juventud es el sector que más importa, que han generado parámetros y estereotipos sobre las diferentes edades que hemos interiorizado plenamente y que, incluso, hemos hecho nuestros. Los medios parecen sostener que la belleza sólo se mide por el lucimiento de los cuerpos y las caras de los y las jóvenes que siguen los estándares que ellos mismos han fijado y que el éxito se evalúa por el estatus económico alcanzado. Cuerpos, caras y posibilidades de consumo contruidos desde *Hollywood*, con los cuales queremos compararnos y tomar como referencia para juzgar al otro.

También nos han hecho creer que los jóvenes son el motor de nuestra sociedad, y lo han hecho hasta tal grado que si uno mira las solicitudes de trabajo o las posibilidades de obtener una beca, la edad límite se fija alrededor de los 35 años. Como si a los 36, a los 56 ó 66, las personas ya no pudieran ser productivas, interesantes, inteligentes y capaces de aportar su conocimiento.

Y nosotras y nosotros, los receptores y receptoras de medios de comunicación nos hemos creído el cuento. Muchas veces, y sin pensarlo, empezamos a reproducir los esquemas. Por ello, las mujeres nos aterramos con las primeras canas o las primeras arrugas que nos aparecen en el rostro, llamadas por las compañías de cosméticos "líneas de expresión" para que no nos asustemos y utilicemos sus productos. Realmente estamos perdiendo la facultad de mirar otras cosas, de reconocer las posibilidades que la edad nos brinda y de enriquecernos con la experiencia propia y de los otros.

Esto nos afecta principalmente a las mujeres porque nos han hecho creer que después de cierta edad ya no somos deseables, es más, somos desechables, porque atrás de nosotras vienen nuevas generaciones que son una "tentación" para nuestros maridos y compañeros, a quienes la edad los transforma en "hombres interesantes".

Las mujeres se angustian con las primeras canas y las primeras arrugas. Este

estado de alerta las conduce a visitar con frecuencia clínicas de belleza, cirujanos plásticos, nutriólogos y dermatólogos, así como a comprar cosméticos, cremas, tintes de pelo, vestidos de colores brillantes, minifaldas, etc. Con frecuencia, pensamos en la necesidad de conservarnos jóvenes, a pesar de saber que todo lo anterior es un disfraz detrás del cual se oculta la verdad.

No sabemos envejecer con dignidad, porque la sociedad entera nos ha hecho interiorizar el valor exagerado otorgado a la juventud. No aceptamos nuestra edad, porque hemos negado que cada periodo de la vida tiene su encanto. Pero tampoco aceptamos plenamente la edad de los otros. Incluso, muchas veces ni siquiera sabemos qué hacer con nuestros familiares después de que alcanzan cierta edad, ni podemos siquiera reconocer la belleza contenida en las arrugas de su cara o en sus manos venosas y cargadas de pecas. Tampoco nos atrevemos a pedirles un consejo que seguramente nos hará mirar cosas que nosotros no vemos.

Para contrarestar esta tendencia, hay varias autoras y autores que, en diversos países, se han dado a la tarea de hacer publicaciones que nos muestran que la tercera edad también puede ser una etapa muy bella de la vida. En ellos, se insiste en que no es cierto que los ancianos y ancianas son una carga, que muchos también tienen una vida interesante, plena de riqueza, y que es importante exigir a la sociedad respeto por la vejez, así como hacer realidad su derecho a tener una vida digna.

Al respecto, Charlotte Painter, autora del libro *Gifts of Age* (Dones de la edad), menciona que, al entrevistar a 32 ancianas, quedó sorprendida al encontrar en ellas más que miedo a la muerte, un gran deseo de vivir plenamente. Ellas le expresaron su interés por la vida, su fuerza, su deseo de aventuras y su pasión. A la vez que muchas mencionaron que la edad les había hecho descubrir quiénes eran, además de permitirles cosechar los frutos de todo aquello que sembraron a lo largo de sus vidas.

A pesar de esto, poco interesa la tercera edad a los medios de comunicación. Es triste que en esta sociedad se promueva que sintamos a las ancianas y ancianos como una gran carga porque requieren de nuestro tiempo, de nuestro cariño y de nuestro apoyo. Y, lo peor de todo, es que muchas de nosotras también caemos en esta trampa, actuando como reproductoras de esquemas que los medios difunden. *Am*