

## La representación multimodal del envejecimiento en el discurso institucional chileno\*

The Multimodal Representation of Aging in the Chilean Institutional Discourse

A representação multimodal do envelhecimento no discurso institucional chileno

Nicole Mazzucchelli<sup>a\*\*</sup>

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

nicole.mazzucchelli@pucv.cl

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1864-8553>

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.rmed>

Recibido: 07 abril 2020

Aceptado: 13 agosto 2021

Publicado: 30 diciembre 2021

Alex Iván Arévalo Salinas

Universidad de Extremadura, España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0065-2119>

### Resumen:

Este artículo analiza la representación del envejecimiento en el discurso institucional chileno durante el gobierno de Michelle Bachelet (2014-2018), a través del análisis de las 18 portadas que componen todos los números de la revista Mayores de Chile del Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA). Por medio de un análisis de contenido de tipo multimodal, incluimos una categorización de las imágenes y el uso de la terminología para referirse a las personas mayores, entre otros aspectos. La investigación concluye que se transmite una visión exitista del envejecimiento (Katz, 1996, 2014), basada en la participación de las personas mayores en actividades culturales, recreativas y deportivas. Las portadas no abordan los problemas estructurales que estas enfrentan, como la baja cuantía de las pensiones de jubilación o el incremento de desigualdades al envejecer. Del mismo modo, no se observa una construcción plural de la población mayor que dé cuenta de la diversidad de vejez en Chile.

**Palabras clave:** representación, envejecimiento, multimodal, Chile, personas mayores.

### Abstract:

The article analyzes the representation of aging in the Chilean institutional discourse during the government of Michelle Bachelet (2014-2018), through the analysis of the 18 covers that make up all the issues of the magazine "Mayores de Chile" of the National Service for senior citizens (SENAMA). Through a multimodal content analysis, we include a categorization of images and the use of terminology to refer to elderly people, among other aspects. The research concludes that a successful vision of aging is transmitted (Katz, 1996 and 2014) based on the participation of elderly people in cultural, recreational and sports activities. The covers do not address the structural problems they face, such as the low amount of retirement pensions or the increase in inequalities with age. In the same way, a plural construction of the elderly population that accounts for the diversity of old age in Chile is not observed.

**Keywords:** representation, aging, multimodal, Chile, the elderly.

### Resumo:

O artigo analisa a representação do envelhecimento no discurso institucional chileno durante o governo de Michelle Bachelet (2014-2018), por meio da análise das 18 capas que compõem todas as edições da revista "Mayores de Chile" do Serviço Nacional do Idoso (SENAMA). Por meio de uma análise de conteúdo de tipo multimodal, incluímos uma categorização das imagens e o uso da terminologia para se referir às pessoas idosas, entre outros aspectos. A pesquisa conclui que uma visão bem-sucedida do envelhecimento é transmitida (Katz, 1996 e 2014) a partir da participação de idosos em atividades culturais, recreativas e esportivas. As capas não abordam os problemas estruturais que elas enfrentam, como a baixa quantia das aposentações ou o aumento das desigualdades ao envelhecer. Mesmo assim, não se observa uma construção plural da população idosa que dê conta da diversidade de velhices no Chile.

**Palavras-chave:** representação, envelhecimento, multimodal, Chile, idosos.

### Notas de autor

\*\* Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y Universidad Autónoma de Barcelona

<sup>a</sup> Autora de correspondencia. Correo electrónico: nicole.mazzucchelli@pucv.cl

## Introducción

El envejecimiento de la población es un fenómeno mundial, pero para América Latina, y particularmente para Chile, ha sido un proceso acelerado y heterogéneo, que se ha desarrollado en un contexto de desigualdad y falta de desarrollo inclusivo (Huenchuan, 2018). En Chile, hasta 1970, las personas mayores que superaban los 60 años representaban el 8 % de la población, mientras que, en el año 2017, este porcentaje constituye el 16,2 % (Instituto Nacional de Estadísticas [INE], 2017). Las proyecciones indican que para el año 2025 superarán el 20 %, alza que continuará en aumento hasta el año 2050 (Servicio Nacional del Adulto Mayor [Senama], 2017). No obstante, el aumento de la población mayor, en el año 2017 sobre un 4,5 % de las personas mayores vivía en condiciones de pobreza y un 20,7 % reportaba niveles de pobreza multidimensional, que considera las dimensiones de salud, educación, vivienda, trabajo y previsión Social (Encuesta de Caracterización Socioeconómica [CASEN], 2017).

Del mismo modo, las diferencias de género son principalmente relevantes en la vejez, ya que las mujeres mayores envejecen en peores condiciones que los hombres, inmersas en situaciones de mayor vulnerabilidad social en relación con los cuidados (al proveerlos —sin contar con apoyo social— y al necesitarlos —ausencia de red—), a la salud, a las pensiones y los servicios (Aguirre y Scavino, 2018; Fernández-Mayoralas et al., 2018). Además, tienen mayor prevalencia de discapacidad y de enfermedades —incluyendo aquellas de salud mental— como también un control y tratamiento más tardío que el resto de la población (Gallardo-Peralta et al., 2018; Naciones Unidas, 2015). Igualmente, el envejecimiento de las mujeres mayores está atravesado por la preocupación de subsistir materialmente y poder cubrir las necesidades básicas (González, 2018).

La realidad socioeconómica de las personas mayores ha llevado a diversos organismos internacionales (Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización Internacional del Trabajo (OIT), etc.) a la implementación de marcos regulatorios que orienten las acciones de los agentes estatales hacia el diseño de políticas inclusivas (Gallardo et al., 2018). Estos, además, persiguen un cambio en la representación cultural negativa de la vejez (González, 2019). Es así como ya en el año 2002, la OMS impulsó el modelo de envejecimiento activo, caracterizado por propiciar un cambio en la mirada hacia la vejez y una mayor integralidad en su abordaje. De esta forma, definía el envejecimiento activo como “el proceso en que se optimizan las oportunidades de salud, participación y seguridad a fin de mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen” (World Health Organization [WHO], 2002).

En afinidad con esta propuesta, se han desarrollado diferentes modelos teóricos de envejecimiento —activo, exitoso y saludable—, que persiguen ampliar la comprensión de la vejez y oponerse a las representaciones del declive y fragilidad asociadas a esta etapa (Petretto et al., 2016). De los diferentes modelos, la propuesta de envejecimiento activo es la más utilizada por los organismos internacionales, como también la más difundida en el contexto iberoamericano (Leiva et al., 2020). Esto principalmente pues ofrece una comprensión más amplia de la salud, entendida como el bienestar biológico, psicológico y social, incluyendo aspectos comunitarios, culturales y de género (Petretto et al., 2016).

Así, el envejecimiento activo se entiende como un proceso de envejecimiento satisfactorio, en las diferentes áreas de la vida de las personas: condiciones de vida, relacionales, personales, autopercepción, bienestar, etc., donde su propia experiencia y vivencia es incorporada (Fernández y Herrera, 2016). Sin embargo, pese a las contribuciones de los modelos convencionales de envejecimiento, estos se suelen focalizar en las estrategias que los individuos despliegan para propiciar su buen envejecer, y en muchas ocasiones desatienden las condiciones opresivas y desiguales en las cuáles se envejece (Mazzucchelli, 2019).

En este contexto, en Chile se crea en el año 2002, el Servicio Nacional del Adulto Mayor (Senama), con el objetivo de promover y contribuir a un envejecimiento positivo, a través de la implementación de políticas, alianzas público-privadas y la acción interseccional. La Ley 19828 crea el Servicio Nacional del Adulto Mayor con el fin de proteger a las personas mayores, promover el envejecimiento activo y favorecer su autonomía y calidad de vida (Diario Oficial de la República de Chile, 2002). Esta entidad —al igual que los organismos

internacionales— trabaja por desmitificar las imágenes negativas asociadas a la vejez, que vinculan esta etapa a un deterioro mental, la incapacidad e inutilidad social, favoreciendo comportamientos que denigran y desvalorizan a las personas mayores (Leiva et al., 2020; Thumala et al., 2015).

Para transformar este contexto y las representaciones simbólicas asociadas a las personas mayores, las administraciones públicas en sus diferentes niveles, diseñan acciones de comunicación con fines sociales, para fomentar conductas y valores positivos como la solidaridad, la interculturalidad o el reconocimiento mutuo. Esto se manifiesta en la planificación de campañas de publicidad institucional (Cortés, 2007; Fanjul-Peyró et al., 2020). Las acciones de este tipo incluyen diferentes soportes y espacios, como el desarrollo de *spots*-comerciales publicitarios, la organización de actividades de formación o la difusión de publicidad en internet, entre otros. Además, las administraciones públicas disponen de espacios de comunicación e información institucional específicos, como páginas web, redes sociales o medios informativos propios.

Un ejemplo de espacio de difusión institucional de las administraciones públicas es la revista *Mayores de Chile: derechos, participación y descentralización* de SENAMA, que se creó en abril del año 2016, y que tuvo una continuidad de 18 números, siendo el último de estos publicado en diciembre del año 2017<sup>1</sup>.

Con esta revista, se busca incentivar el envejecimiento activo, y ser un canal de comunicación directo entre los servicios públicos y las personas mayores. La revista se constituye en una expresión de la visión oficial del gobierno de Michelle Bachelet Jeria, durante sus últimos dos años de mandato (2016-2018). Esta publicación pretende ser un canal de difusión, entretenimiento e información en materia de envejecimiento, dirigido a las personas mayores, como a los equipos profesionales que trabajan con la población mayor.

Con el propósito de conocer cómo se representa el envejecimiento, en el discurso institucional del gobierno de Chile, en el siguiente artículo se realiza un análisis multimodal (visual-textual) de las 18 portadas que componen todos los números de la revista *Mayores de Chile*. Como pregunta, nos cuestionamos si estas portadas son una vía donde se replantean las imágenes negativas asociadas a la vejez, que la vinculan a una etapa de pasividad, inutilidad social y fragilidad, entre otras, construyendo a estas personas como agentes activos y empoderados, con incidencia y participación social, en coherencia con el concepto de envejecimiento activo (World Health Organization, 2002, 2020).

## Personas mayores y medios de comunicación

El estudio del envejecimiento y sus representaciones se enmarca en una línea de investigación focalizada en el análisis de las construcciones discursivas de los grupos marginados de la agenda mediática, entre los que destacan inmigrantes, mujeres, refugiados, personas mayores o personas con discapacidad. Son colectivos que experimentan una violencia cultural (Galtung, 1990), expresada en los discursos que legitiman los prejuicios y los estereotipos en diferentes ámbitos como: el periodismo, el cine, las series televisivas o la publicidad (Consejo Audiovisual de Andalucía, 2019). No obstante, existen esfuerzos de algunos actores como las Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo y las propias administraciones públicas por desarrollar intervenciones y materiales educativos (manuales, textos de recomendaciones o códigos éticos), que propician sensibilizar sobre este problema y generar acciones mayormente inclusivas (Foro Lidea, 2018)<sup>2</sup>.

La violencia cultural hacia las personas mayores se conceptualiza como edadismo, término acuñado por Butler y Lewis (1973), que se refiere a las diferentes formas de discriminación (estereotipos o prejuicios) asociadas a la edad, con efectos en la vida cotidiana. El edadismo, también puede ser observado en los discursos mediáticos, donde las personas mayores suelen ser representadas como un grupo escasamente heterogéneo, asignándoles características como la fragilidad, la dependencia y la necesidad de protección (Mansinho y Pochintesta, 2014). También se los asocia a las enfermedades, inmersas en un contexto de decadencia (Bravo,

2018, pp. 4-5). De esta forma, su visibilidad en el discurso periodístico es escaso, si se toma en cuenta su representación porcentual de la población (Díaz, 2013; Diputación Foral de Bizcaia, 2011).

Esta situación se acentúa cuando se trata de plantear una construcción empoderada del envejecimiento, al margen del discurso fatalista del envejecer. En este sentido, las personas mayores suelen ser representadas de acuerdo a la concepción tradicional de la víctima, sin capacidad de agencia, pasivos y como individuos dependientes (Benet y Arévalo Salinas, 2016; Carrasco y Cárcamo, 2020). Del mismo modo, las sociedades actuales se ven influidas por una sobrevaloración de la imagen de la juventud, específicamente el culto a lo estético (Sánchez y Monchietti, 2013). Como consecuencia, las personas mayores asumen como propio el lugar desvalorizado y marginal que se le ha asignado socialmente, siendo este modelo de vejez normalizado (Iacub y Arias, 2010).

Las investigaciones que han analizado la relación entre los medios de comunicación y la vejez se centran en la función comunicadora que asumen los adultos mayores y sus productos de consumo (Torres y García, 2015). En lo que respecta a la relación entre vejez y género, en el cine, la televisión y los *spots* publicitarios, existe un marcado sesgo de género en desmedro de las mujeres, y se evidencia la asignación de atributos que enfatizan características negativas tales como el deterioro, la enfermedad, el enlentecimiento, la inactividad etc., cuando se trata de representar a los adultos mayores (Brandolín, 2006; Freixas, 1998, 2015; Mansinho y Pochintesta, 2011). Los estudios sugieren que las imágenes masculinas predominan asociadas al éxito laboral, a la seducción y a la sabiduría, mientras los modelos femeninos tienden ubicar a las mujeres mayores en roles “tradicionales” de género (Mansinho y Pochintesta, 2014).

## **La construcción mediática del envejecimiento activo y la responsabilidad discursiva**

Las investigaciones recientes del envejecimiento y su relación con el discurso mediático se han centrado en el cine (Sun, 2019), la publicidad (Stilling y Smed, 2019), la fotografía publicitaria (Harvey y Brookes, 2019) o los medios informativos (Agren, 2017; Carrasco y Cárcamo, 2020; Rozanova et al., 2016). La representación de la soledad y los hogares de mayores se ha estudiado a partir del análisis de la construcción noticiosa, en contextos como Estados Unidos y Suecia (Agren, 2017; Rozanova et al., 2016). Otro tema relevante de estudio es la construcción mediática de la sexualidad en las personas mayores (Stilling y Smed, 2019; Sun, 2019) la que suele represarlos como individuos asexuales. Igualmente, las relaciones amorosas son vistas de manera superficial y en un sitial secundario (Freixas, 2015).

Carrasco y Cárcamo (2020) destacan que algunos medios de prensa chilenos han apoyado una cultura del ocio asociada al envejecer, promoviendo imagen es del “anciano joven” sin enfermedades y disfrutando de una vida saludable. Esta descripción se enmarca en una representación del envejecimiento activo en Chile por parte de la prensa informativa, vinculada a temas de salud (prevención y promoción), como a la difusión de espacios e instalaciones (gimnasios) gubernamentales, el fomento de la alimentación saludable y actividades que potencian el autocuidado y la salud mental. Igualmente, se promueven los procesos formativos que pueden desarrollar las personas mayores. Sin embargo, esta representación es secundaria, tal como lo comprueban estos autores tras analizar 4174 textos periodísticos, los que evidenciaron que más del “50 % por ciento de los artículos analizados giran en torno a noticias policiales y de asistencia social, las cuales proyectan una imagen de fragilidad, marginalidad y edadismo de los adultos mayores” (Carrasco y Cárcamo, 2020, p. 61). A esto añaden el silenciamiento de temas estructurales que afectan a este grupo, como lo son las pensiones y la jubilación, pese a que resulta prioritario para este grupo (Carrasco y Cárcamo, 2020).

De esta forma, en términos generales se puede afirmar que los discursos que circulan en torno a la vejez podrían agruparse en dos grandes clasificaciones; 1) aquellos que promueven una imagen de carencia, decadencia y pasividad, con una fuerte carga de estereotipos negativos y una escasez de imágenes que

promuevan una vejez diversa y plural (Carrasco y Cárcamo, 2020; Díaz, 2013) y 2) aquellos asociados a la ilusión de la eterna juventud, a la detención del tiempo, que da paso a una vejez exitosa, activa e idílica (Bravo, 2018), poco real a los contextos de vulnerabilidad social en la que envejece un número importante de la población (Sánchez y Monchietti, 2013).

La abundante circulación de discursos negativos y estereotipados sobre la vejez y las personas mayores, plantea el desafío de promover un tratamiento mediático responsable, desde otros esquemas, que posibilite su mayor acceso como fuentes; incentivando los contenidos positivos y la contextualización de los hechos (Arévalo Salinas, 2014). Una estrategia que contribuye a este desafío es la de utilizar una adecuada terminología. Algunos manuales y organizaciones civiles (European Anti-Poverty Network, 2012; Foro Lidea, 2018) recomiendan el uso de términos como personas mayores y mayor, por su carácter neutral. Estos documentos también expresan la necesidad de construir una imagen plural del envejecimiento, que muestre sus “actividades cotidianas” y las retrate como “personas activas, dinámicas y alegres”, cuyas aportaciones a la sociedad sean reconocidas (Foro Lidea, 2018, p. 2).

## El análisis del texto multimodal y la perspectiva del análisis crítico del discurso

En los últimos años, se ha promovido la idea de que todo evento comunicativo es de naturaleza multimodal, y en específico en las acciones públicas, predomina la combinación de imágenes —fotografías— con textos escritos (Martínez-Lirola, 2016). Esto implica que los discursos institucionales suelen estar compuestos de al menos dos elementos (dos media o modos): el lingüístico (la lengua) y el visual (fotografías, diagramas, etc.), que en su conjunto configuran una unidad de significado (Martínez-Lirola, 2008). Giovanni Parodi (2010) define la multimodalidad como “la organización de los diversos sistemas semióticos que dan forma a un texto escrito” (p. 6).

Por consiguiente, entendemos el texto multimodal como un todo, en el que cada componente presente cumple un propósito comunicativo para dar sentido de un modo eficaz, y contribuyendo a la interpretación y significado para el lector (Martínez-Lirola, 2016). Así la audiencia —lector—, mediante una relación intersemiótica, verifica su comprensión, apoyándose por medio de otros canales semióticos (Parodi, 2010). De esta forma, en el estudio consideramos un texto multimodal, cuando en su constitución cumple los siguientes criterios: 1) los elementos que forman el texto a nivel verbal y visual son complementarios entre sí y en conjunto permiten interpretar el contexto de la situación; 2) todo lo que constituye el texto multimodal (las letras, imágenes, composición, etc.) contribuye a la creación del sentido y 3) los elementos verbales y no verbales no son concebidos como unidades independientes, sino que deben interpretarse como un todo (Martínez Lirola, 2007).

Esta construcción teórica abstracta que subyace en el texto multimodal es lo que se llama discurso, entendido como expresiones a las que puede asignarse una estructura textual, y son aceptados de la lengua, están bien formados y son interpretables (van Dijk, 1980). Asumimos que la imagen, en tanto visualidad, también es un discurso. El discurso es disciplinador y, a su vez, productor de sujetos. Son los objetos, las relaciones, los lugares y las escenas, donde el discurso va produciendo la realidad, siendo una forma particular de conocimiento sobre el mundo y de actuación en el mismo (Rose, 2001).

La investigación que se presenta considera los principios de la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD), puesto que se interesa por problemas sociales —como la exclusión de las personas mayores—, distinguiendo el abuso de poder (en las relaciones del género, la etnia, la clase, la edad, etc.), y cómo el discurso actúa, se expresa o contribuye a la reproducción de la desigualdad (van Dijk, 2002). Desde allí, espera contribuir a la resistencia contra la desigualdad social (van Dijk, 2009), teniendo como objetivos fundamentales el investigar los modos en que la ideología se manifiesta a través de la lengua en diversas instituciones sociales (Martínez Lirola y Olmos, 2015), como se expresa en el caso de la revista *Mayores de*

*Chile*. Estos principios son atingentes con el objetivo del estudio, cuando consideramos que las personas mayores se encuentran dentro de los grupos denominados como “vulnerables” y/o excluidos. A su vez, desde esta perspectiva es posible develar las relaciones de poder, el conocimiento de la vejez, y el enquistamiento de ciertos discursos que marginan y/o discriminan a este grupo.

## Método

Como se mencionó en la introducción, este trabajo tiene por objetivo analizar la representación del envejecimiento en el discurso institucional del gobierno de Chile, a través de un análisis de contenido de tipo multimodal de las portadas de la revista *Mayores de Chile*, publicadas con periodicidad mensual, desde abril de 2016 hasta diciembre de 2017, y que se encuentran disponibles en el sitio web oficial del Servicio Nacional del Adulto Mayor (Senama, 2020).

Desde un análisis multimodal, describimos las portadas de las revistas por su mayor impacto y grado de visibilidad, y porque es posible reconocer en ellas los objetivos perseguidos a nivel comunicacional (Núñez et al., 2020). Tal como lo plantea Pedrazzini (2011) la portada constituye la vitrina y carta de presentación editorial, sobre aquellos elementos que se consideran acontecimientos de mayor relevancia, pues sirve como “guía de lectura” para el público, privilegiando ciertos contenidos por sobre otros.

De esta manera, en este artículo, las portadas seleccionadas se abordan desde los principios del Análisis Crítico del Discurso (van Dijk, 2002, 2009), en cuanto a la indagación de la relación exclusión/inclusión en la representación de las personas mayores en un discurso oficial del gobierno de Chile. La propuesta de análisis, contempló el análisis de contenido multimodal, el que permitió cuantificar los elementos de las portadas como la diagramación, los titulares o la terminología, entre otros. Al respecto, Bardin (Andreu Abela, 2002) señala que el análisis del contenido es:

[...] el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes. (p. 3)

Esta investigación tomó como referencia trabajos previos por su afinidad con el corpus de estudio, los cuales fueron adaptados a la muestra. Por ejemplo, para el estudio de la terminología se revisaron investigaciones sobre una terminología adecuada (European Anti-Poverty Network, 2012; Foro Lidea, 2018) o en el análisis de la representación del envejecimiento activo, se adaptaron las dimensiones del Índice de Envejecimiento activo (Grupo de investigación en determinantes sociales de la salud y cambio demográfico [OPIK], 2014).

La propuesta de análisis, incluida en este artículo, se centró en los diferentes modos —visuales, textuales y visuales-textuales—, contenidos en las portadas. Así, en el plano visual, se analizó la diagramación de las portadas, las decisiones del fotógrafo-fotoperiodista en relación con la cantidad de personas retratadas y a la visibilidad de la presidenta chilena, Michelle Bachelet. Esto permitió conocer su relevancia como actor y la intencionalidad de construir un discurso promocional. En el plano textual, se buscó analizar las decisiones tomadas en cuanto a las palabras seleccionadas para categorizar y definir a las personas mayores, así como la intencionalidad hacia el tema de los mayores y sus problemáticas. Finalmente, el análisis textual/visual nos permitió clasificar las imágenes en su relación con el texto para poder detectar y clasificar su temática, entre otros aspectos.

Estas dimensiones del análisis fueron incorporadas de manera secuencial, es decir: 1) se revisaron la totalidad de portadas incluidas en el corpus, familiarizándonos con las mismas, en cuanto a tamaño, cantidad de imágenes, tipo, colores, fondo, disposición de la imagen, número de personas, etc., 2) se desarrolló una descripción de cada una de ellas en torno a los elementos descritos en el esquema, 3) se realizó una lectura del total de portadas buscando elementos comunes, de aglutinación y condensación, 4) se analizaron las dimensiones desde el marco conceptual adscrito. El análisis propuesto fue leído y revisado por otros

investigadores, permitiendo otorgar una validez de contenido (Hernández, Fernández y Baptista, 2011), de acuerdo a los ejes y constructos incluidos en el análisis.

El esquema planteado a continuación se ha codificado, y expone las principales dimensiones descritas en los resultados:

**Tabla 1.**  
Esquema de análisis multimodal de las portadas de la revista Mayores de Chile

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Analisis de diagramación  | Se realiza un análisis cuantitativo de la diagramación de la revista, contabilizándose el número de imágenes que componen cada portada y sus diferentes tamaños.  |
| Visual                    | Se clasifican las imágenes de acuerdo a la cantidad de personas que aparecen en ellas:<br>Grupales: imágenes donde hay un grupo de personas reunidas en diferentes situaciones.<br>Individuales: imágenes en se centra en retratar a una persona o en destacarlas como punto de interés del encuadre.   |
|                           | Nivel de visibilidad de la presidenta y representantes políticos<br>Mide la cantidad de imágenes que incluyen a la presidenta de Chile en las portadas.   |
| Analisis terminológico    | Se recopilan los términos utilizados para referirse a las personas mayores y se contabilizan. Se comprueba el uso de terminología considerada correcta según los estudios previos (European Anti-Poverty Network, 2012; Foro Lidea, 2018).  |
| Analisis de titulares     | Se analizan los titulares que acompañan a las imágenes y se contabilizan las menciones a un envejecimiento activo y una reivindicación de derechos.   |
| Visual/Textual            | Clasificación temática de las imágenes<br>A partir de la información de la imagen y el texto se establece la siguiente categorización:<br>Retrato: Cuando el encuadre se centra en una persona en planos cercanos (primeros planos) o destaca a una persona dentro de un grupo como punto de interés.<br>Ceremoniales: Retratamos actos institucionales, en los cuales participan personas mayores que reciben diplomas, premios de participación o algún tipo de certificación y/o reconocimiento.<br>Políticas: Son imágenes que destacan la presencia de políticos y autoridades, en las que, a diferencia de las ceremoniales, las personas mayores cumplen un rol de secundario y/o de acompañamiento.<br>Intergeneracionales: Se detecta la presencia e interrelación de personas de diferentes edades y generaciones.<br>Turísticas: Captan fotos grupales enmarcadas en viajes turísticos o de ocio.<br>Formativas: Se refiere a la organización de cursos y talleres educativos y de capacitación.<br>Culturales/asociativas: Captan o mencionan la realización de actividades culturales, en que participan personas mayores. También informan sobre acciones vinculadas al asociativismo de las personas mayores.<br>Deportivas: Expresan la participación de personas mayores en actividades deportivas.<br>Inaugurales: Informan sobre la inauguración de instalaciones u actividades oficiales de Senama.<br>Otras. |
|                           | Analisis del envejecimiento activo  |
| Representación del género | Se hace una contabilización del género de los protagonistas de las imágenes. Se seleccionan las fotografías que no superan los cinco integrantes. Este criterio para tener una visualización que permita el conteo. En la imagen de mayor tamaño de la portada, se detalla la proporción de mujeres y hombres como personajes centrales. Además, se mencionan las situaciones en que son representadas las mujeres.   |

Fuente: elaboración propia

## Resultados

### Análisis visual

Las 18 portadas contienen 50 imágenes. Un 50 % de las portadas (nueve de ellas) se organiza a partir de una sola imagen. El otro 50 % cuenta con una imagen principal, acompañada de tres a cinco imágenes de menor tamaño ubicadas al costado derecho. Del universo de 50 imágenes, en 44 se captan fotografías grupales (grupos de personas reunidas), las cuatro restantes son fotografías individuales (compuestas por el retrato de una persona). En cinco imágenes, aparece la presidenta de Chile de ese periodo, Michelle Bachelet, y en cuatro, como imagen central de las portadas. Del mismo modo, en las publicaciones del año 2016 las fotografías de menor tamaño, ubicadas al costado derecho de las portadas, exponen noticias de carácter local-regional, destacando una actividad concreta realizada en cada territorio del país.

#### Análisis textual

Las personas mayores presentan seis formas de ser categorizadas en su terminología (mayores innovadores, mayores voluntarios, asesores senior, mayores, adulto mayor y personas mayores), que se repiten 19 veces en las 18 portadas. El principal término es “adulto mayor” con ocho repeticiones y, en segundo lugar, aparece

la palabra “mayores” con cinco repeticiones. De las seis formas utilizadas para categorizar a estas personas, dos de ellas son consideradas terminología adecuada por algunos estudios previos (European Anti-Poverty Network, 2012; Foro Lidea, 2018). Estos dos términos se repiten siete veces, de 19 que compone el total. Por su parte, no se detectan términos considerados como incorrectos —como el de ancianos o senescentes—.

**Tabla 2.**

| Categorización      | Número de repeticiones |
|---------------------|------------------------|
| Adulto mayor        | 8                      |
| Mayores             | 5                      |
| Asesores senior     | 2                      |
| Personas mayores    | 2                      |
| Mayores innovadores | 1                      |
| Mayores voluntarios | 1                      |

Terminología utilizada para categorizar a las personas mayores  
Fuente: elaboración propia

En 11 de las 50 imágenes, hay discurso textual que hace referencia a la reivindicación de derechos, como también a expresiones y acontecimientos vinculados al envejecimiento activo. Estas palabras y frases se concentran en siete de las 18 portadas.

**Tabla 3.**

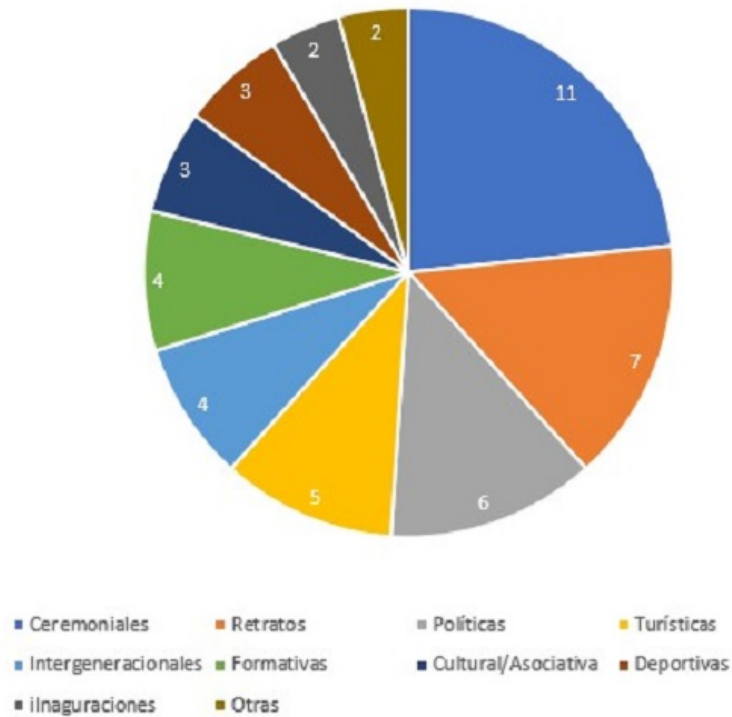
| Número de la revista | Frases y palabras que expresan envejecimiento activo y reivindicación de derechos      |
|----------------------|--|
| Portada número 1     | 3 titulares: Inclusión social; Una sociedad para todas las edades; Mayores innovadores |
| Portada número 4     | 2 titulares: Vida saludable; Buen trato  |
| Portada número 5     | 2 titulares: Buen trato al adulto mayor; Trato digno al adulto mayor                   |

Frases y palabras que expresan envejecimiento activo y reivindicación de derechos  
Fuente: elaboración propia

## Análisis visual/textual

Las imágenes que registran eventos institucionales, definidos en la clasificación como ceremoniales, es la categoría más frecuente con 11 repeticiones. El segundo lugar es para la categoría retrato, con siete. En tercer lugar, aparece la categoría política, con seis repeticiones (figura 1).





**Figura 1.**  
Imágenes según clasificación  
Fuente: elaboración propia

El análisis del envejecimiento activo evidencia que la dimensión más frecuente es la participación social con 13 imágenes, siendo las más reiterativas aquellas que captan a las personas mayores realizando turismo grupal, con cinco. La segunda dimensión es Vida independiente con ocho imágenes destacándose las fotografías que retratan actividades formativas con cinco y las deportivas con tres. Por último, la tercera categoría es para Capacidad de envejecimiento activo con una imagen que informa sobre el uso de las TIC en personas mayores. La dimensión de Empleo no registra datos.

**Tabla 4.**

| Dimensión del envejecimiento activo   | Subcategorías   |
|---------------------------------------|---|
| Participación social: 13              | Turismo grupal: 5 (portada 1, 7, 8, 12, 13)               |
|                                       | Participación en asociaciones: 2 (portada 8 y 16)         |
|                                       | Reunión en actividades de gastronomía: 2 (portada 5 y 19) |
|                                       | Realización de trabajo voluntario: 1 (portada 3)          |
|                                       | Cuidado de nietos e hijos: 1 (portada 2)                  |
| Vida independiente: 8                 | Reunión en actividades de jardinería: 1 (portada 3)       |
|                                       | Reunión en contexto de manifestación: 1 (portada 5)       |
|                                       | Actividad formativa: 5 (portada 2, 7, 9, 10)              |
| Capacidad de envejecimiento activo: 1 | Actividad física y deportiva: 3 (portada 4 y 8)           |
|                                       | Uso de TIC: 1 (portada 3)                                 |
| Empleo: 0                             | No detectado  |

Presencia de las dimensiones del envejecimiento activo en las portadas  
Fuente: elaboración propia

El análisis del género expresa que hay 33 mujeres y 12 hombres en las 19 fotografías analizadas. Hay que destacar que existieron seis portadas que no cumplieron con el criterio establecido para este análisis (fotografías con máximo cinco integrantes). De las 18 imágenes centrales, hay nueve que tienen como protagonistas mujeres y una, a hombres. El resto son fotografías grupales que incluyen tanto a hombres como

mujeres mayores, o bien no clasifican en este criterio analítico, pues son conformadas por personeros políticos. En cuanto a las situaciones que se exponen en estas nueve imágenes, se reportan las siguientes.

Tabla 5.

| Situaciones visibles en las imágenes centrales | Número de repeticiones |
|--|------------------------|
| Apoyando el aprendizaje de niños               | 1                      |
| Haciendo deporte                               | 1                      |
| Recibiendo diplomas                            | 1                      |
| Llenando formularios                           | 1                      |
| Reivindicando derechos en una manifestación    | 1                      |
| Visitando un puerto                            | 1                      |
| Visitando un museo                             | 1                      |
| Sin acción definida                            | 2                      |

Situaciones en que aparecen enmarcadas las mujeres en las imágenes centrales

Fuente: elaboración propia

Un ejemplo de lo anterior es la portada 5 (figura 2), en la cual aparece una mujer mayor que participa de una acción de protesta y reivindicación de sus derechos, alzando dos corazones de papel que tienen escrito las palabras “buen trato”. Este mensaje refuerza el título que tiene el mismo enfoque (buen trato al adulto mayor).



Figura 2.

Portada 5

Fuente: <http://www.senama.gob.cl/storage/docs/Mayores5.pdf>

Otro ejemplo es la imagen principal de la portada del número 2, titulada “Voluntariado de mayores: decisiones que cambian la vida”, donde se observa a una mujer que acompaña a un niño a estudiar, mientras apoya su mano en su hombro (figura 3).



Figura 3.

Portada 2

Fuente: <http://www.senama.gob.cl/storage/docs/Mayores2.pdf>

Un último ejemplo se observa en la portada n.º 15, del año 2017 (figura 4). En ella, la imagen principal corresponde a un retrato del torso superior (primer plano) de una mujer mayor, la que sostiene en sus manos una guía sobre el buen trato hacia las personas mayores, elaborada por SENAMA, la que se acompaña por el titular “Soy residente, tengo derechos”.



Figura 4.  
Portada 15

Fuente: <http://www.senama.gob.cl/storage/docs/Mayores15.pdf>

## Discusión y conclusiones

El estudio realizado de las portadas de la revista *Mayores de Chile* evidencia la representación del envejecimiento, promovida en el discurso oficial del gobierno de Chile durante el mandato de Michelle Bachelet. En la terminología empleada, existe un tratamiento adecuado y responsable, al utilizar términos como “mayor” y “persona mayor”, que son recomendados por los estudios previos (European Anti-Poverty Network, 2012; Foro Lidea, 2018), aunque prevalece la acepción adulto mayor, por sobre la de personas mayores, como ha propuesto la Convención Interamericana de Derechos Humanos de las Personas Mayores. Igualmente, no se detectan conceptos criticados por su violencia cultural como ancianos, seniles o senescentes (Galtung, 1990, o referencias edadistas, al menos explícitamente. Sin embargo, se observa que los titulares que incluyen los textos no contienen ninguna distinción por género, y en todos ellos, el tratamiento es indistinto tanto en hombres como en mujeres, expresándose como adultos mayores y “mayores”, en general. Del mismo modo, hay conceptos que se acompañan de características y roles, como los de mayores innovadores, asesores

senior o mayores voluntarios. También se observa a nivel textual, un extensivo uso de la voz pasiva —“Vida saludable”, “Buen trato”—, así como el amplio uso de expresiones enfáticas: “Una sociedad para todas las edades” y “Decisiones que cambian la vida”.

La revisión de los titulares muestra la aparición de términos y palabras que reivindican derechos, como “buen trato” u “inclusión social”, y otras palabras que plantean condiciones asociadas al envejecimiento activo, como la “promoción de la vida saludable” y la “participación social”. Sin embargo, en lo que respecta a la representación visual y textual, el análisis evidencia una tendencia a promover un envejecimiento existista (Katz, 1996, 2014), basado en la participación de estas personas en actividades culturales, recreativas y deportivas, donde abundan los rostros felices y la autonomía con la que éstos se representan. Es así como se los observa, enmarcados en viajes turísticos, visitando museos, participando en actividades deportivas o en actividades formativas, que darían cuenta de un “buen envejecer” o de una vejez deseable. Asimismo, las fotografías grupales representan a las personas mayores interactuando e involucrándose con otros actores en diferentes contextos, en contraposición al tradicional aislamiento y pasividad de la representación tradicional de la vejez como declive (González, 2019).

No obstante, la construcción del envejecimiento desde el discurso institucional, promueve una vejez exitosa y homogénea, que no da cuenta de la diversidad y pluralidad de vejeces. Así, la vejez autónoma aparece como la única representada, y visible, quedando en los márgenes las personas mayores que no cumplen con los indicadores de éxito representados para el envejecimiento activo, y por tanto manteniéndose en la invisibilidad y exclusión en la que habitan.

Cabe destacar como señala Bravo (2018), que el discurso optimista que está marcado por el éxito, siendo una visión casi utópica del envejecer, puede generar “ansiedad, angustia e incluso culpa por no alcanzar los ideales y expectativas de la vejez vigorosa, jovial, hiperactiva o exitosa representada en los medios” (p. 5), situación que debiese evaluarse, pues podría incrementar la exclusión de este grupo, en tanto población diversa y plural.

Esta construcción homogénea de la vejez fomenta un catálogo de virtudes y buenas costumbres asociados a valores morales y tradicionales, como ideales únicos del envejecer (Freixas, 2015), pudiendo establecer una distancia y una diferenciación con el resto de la población que no disfruta de los beneficios mostrados por las portadas, o no cumple con la vejez activa representada. En este sentido, observamos que la visión existista del envejecimiento está relacionada con el enfoque publicitario que adquiere la revista, en torno a las acciones del gobierno de Michelle Bachelet. Esto se evidencia en la cantidad de imágenes de eventos ceremoniales que son organizados por el Servicio Nacional del Adulto Mayor (Senama). Además de incluir en cuatro imágenes principales de las portadas, a la presidenta de ese periodo. Las personas mayores en algunas imágenes son personajes secundarios, que sirven para resaltar la acción gubernamental a través de la entrega de diplomas, donde el foco es el evento, más que su propia experiencia o testimonio. Este antecedente sugiere que la revista es utilizada como un canal de publicidad y promoción institucional, y no tan solo como un canal informativo e intercambio para las personas mayores y los equipos profesionales que se vinculan al ámbito del envejecimiento. Este enfoque publicitario también se constata en las noticias que publican los medios informativos chilenos, los cuales advierten que en la mayoría de los casos, las personas mayores son representadas para sacar provecho comunicacional o político, no incorporando noticias sobre sus propias vivencias y problemáticas, como tampoco sobre las acciones estructurales dirigidas a este grupo (Carrasco y Cárcamo, 2020).

Por otra parte, observamos que la revista *Mayores de Chile* omite el abordaje de dimensiones cotidianas que acompañan la experiencia de envejecer, así como problemáticas y necesidades que atañen a este grupo. Por ejemplo, los problemas de exclusión y empobrecimiento que experimentan las personas mayores en el contexto chileno. Igualmente, no se detecta, desde el análisis multimodal, referencia a la problemática de las pensiones que, en los últimos años, ha sido parte del debate central de las movilizaciones ciudadanas. Esto

adquiere prioridad tras las manifestaciones sociales del segundo semestre de 2019 y los cambios políticos y constitucionales que se experimentan actualmente en el país.

En afinidad con lo anterior, los resultados también dan cuenta de que en las portadas se prioriza el retratar a grupos de personas por sobre imágenes individuales. Con ello, no se aprovecha el potencial del testimonio, tanto en el discurso textual como en el retrato visual, que permita aportar mayor cercanía, emocionalidad y contribuir a las relaciones intergeneracionales desde sus historias de vida. Ello también desde planos y encuadres cerrados. No se detectan la inclusión de entrevistas a los participantes como formato de contenido.

Así, los resultados presentados en afinidad con el Análisis Crítico del Discurso (ACD), en tanto perspectiva que profundiza en la reproducción de las desigualdades y la violencia desde el papel que ejercen los discursos, visualiza cómo estos discursos institucionales silencian el debate sobre problemáticas relevantes para las personas mayores en Chile, y desatiende los mecanismos estructurales de exclusión social, que reproducen y normalizan representaciones edadistas de las personas mayores. En reemplazo, las portadas muestran una vejez exitista presente tanto en las imágenes centrales como en las de menor tamaño. Sobre este punto Van Dijk (1999, p. 31) destaca:

Los temas (macroestructuras semánticas) organizan globalmente el significado del discurso. Puesto que tales temas con frecuencia representan la información más importante, pueden influenciar la organización de un modelo: las proposiciones relevantes serán colocadas en una posición más alta, en la jerarquía del modelo, que las proposiciones menos importantes. Lo mismo sucede con la organización de las representaciones sociales más generales.

Por otro lado, en torno a la construcción de la mujer mayor, esta fluctúa entre la representación convencional, que las asocia al cuidado de niños (Portada 2), que podría estar reproduciendo los roles tradicionales de género con los que se asocia a las mujeres mayores, con representaciones más empoderadas que dan cuenta de su agencia y capacidad de denuncia, en el espacio público o el conocimiento sobre sus derechos (Portada 15).

Todo ello, nos hace afirmar que la pregunta que se plantea en este trabajo sobre si esta revista es una propuesta que deconstruye la visión tradicional del envejecimiento, se logra de manera parcial, ya que si bien se aprecia un esfuerzo por usar terminología adecuada para referirse a la población mayor y dar cuenta de actividades diversas en las que las personas mayores se desenvuelven, consideramos que se corre el riesgo de sobrevalorar una vejez ídlica y exitosa, que desconoce que también existen vejez dependientes y vulnerables que requieren del soporte y respaldo institucional, para poder habitar una esta etapa vital, en mejores condiciones. En este sentido, mientras la política de envejecimiento no incluya los diversos modos de envejecer y las distintas problemáticas que enfrenta este grupo, no es posible asegurar el efectivo goce de sus derechos (Mazzucchelli, 2019). En estudios previos, se aboga por la necesidad de lograr un equilibrio entre hechos positivos (historias y avances de éxitos de los grupos excluidos) y negativos (denuncia de injusticia y de los problemas estructurales que aún persisten) (Arévalo Salinas, 2014), que podría utilizarse como referencia para futuras acciones comunicativas, en el ámbito de los discursos oficiales.

Este escenario invita a revisar las acciones públicas dirigidas a la población mayor para los discursos oficiales de los próximos Gobiernos. Uno de sus desafíos radica en representar la heterogeneidad que constituye a este grupo y otorgar visibilidad y reconocimiento a sus propias contribuciones e historias.

## Referencias

- Agren, A. (2017). What are we talking about? Constructions of loneliness among older people in the Swedish news-press. *Journal of Aging Studies*, 41(18-2), 18-27. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2017.03.002>
- Aguirre, R., y Scavino, S. (2018). *Vejez de las mujeres: Desafíos para la igualdad de género y la justicia social en Uruguay*. doble click editoras.
- Andreu Abela, J. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.

- Arévalo Salinas, A. I. (2014). Periodismo y comunicación para la paz. Indicadores y marco regulatorio. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(1), 129-159. <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3075>
- Brandolín, A. (2006). Estereotipos de la vejez en noticieros televisivos. *Uni-revista*, 1(3), 1-17.
- Bravo, S. (2018). Edadismo en medios masivos de comunicación: una forma de maltrato discursivo hacia las personas mayores. *Discurso y Sociedad*, 12(1), 1-28. [http://www.dissoc.org/ediciones/v12n01/DS12\(1\)Bravo.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v12n01/DS12(1)Bravo.pdf)
- Benet, V.J., y Arévalo Salinas, A. (Eds.). (2016). *De víctima a indignados: Imaginarios del sufrimiento y la acción política*. Tirant Humanidades.
- Butler, R. N., y Lewis, M. (1973). *Aging and mental health: Positive psychosocial approaches*. The C.V. Mosby Company.
- Carrasco, M., y Cárcamo, L. (2020). Representaciones sociales del envejecimiento en Chile: cuando las noticias distorsionan, desinforman y enferman. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25[Edición especial 9], 55-69. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/34232>
- Consejo Audiovisual de Andalucía. (2019). *La representación de las personas mayores en la publicidad*. Junta de Andalucía.
- Cortés, A. (2007). *Cultura de paz y publicidad institucional. El Estado en el fomento de la cultura de paz a través de la publicidad televisiva*. Alcalá Grupo Editorial.
- Díaz, L. (2013). La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación. *Sociedad y Utopía*. *Revista de Ciencias Sociales*, 41, 483-502. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4417825>
- Diputación Foral de Bizcaia. (2011). *Las personas mayores y los medios de comunicación en Bizcaia*. Diputación Foral de Bizcaia.
- Encuesta de Caracterización Socioeconómica. (2017). Adultos mayores. Síntesis de resultados [en línea]. [http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casemultidimensional/casen/docs/Resultados\\_obreza\\_Casen\\_2017.pdf](http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casemultidimensional/casen/docs/Resultados_obreza_Casen_2017.pdf)
- European Anti-Poverty Network. (2012). *Guía de estilo para periodistas: Mira a las personas mayores*. Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en el Estado español.
- Fanjul-Peyró, C., González-Oñate, C., y Santo-Mirabet, M. C. (2020). Campañas institucionales para la prevención del suicidio en España. Análisis del cambio estratégico en su comunicación social: caso Comunidad Valenciana. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 261-276. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.9>
- Fernández, M. B., y Herrera, M. S. (2016). *Chile y sus mayores: 10 años de la encuesta calidad de vida en la vejez UC-Caja los Andes*. Pontificia Universidad Católica de Chile, Caja los Andes.
- Fernández-Mayoralas, G., Schettini, R., Sánchez-Román, M., Rojo-Pérez, F., Agulló, M., y Joao-Forjaz, M. (2018). El papel del género en el buen envejecer. Una revisión sistemática desde la perspectiva científica. *Prisma Social*, 21, 149-176. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2422>
- Freixas, A. (1998). La mires como la mires, no las verás. El doble estándar del envejecimiento en la publicidad televisiva. *Comunicación y Cultura*, 3, 29-40. <https://www.studocu.com/es/document/universidad-rey-juan-carlos/plani-ficacion-estrategica-publicitaria/dialnet-la-mires-como-la-mires-no-la-veras-2901264/13085810>
- Freixas, A. (2015). *Tan frescas. Las nuevas mujeres mayores del siglo XXI*. Paidós.
- Foro Lidea. (2018). *Decálogo Lidea de un buen trato periodístico a las personas mayores*. Autor.
- Gallardo-Peralta, L., Córdova, I., Piña, M., y Urrutia, B. (2018). Diferencias de género en salud y calidad de vida en personas mayores del norte de Chile. *Polis*, 17(49), 153-175. <https://doi.org/10.4067/S0718-65682018000100153>
- Galtung, J. (1990). Cultural violence. *Journal of Peace Research*, 27(3), 291-305. <https://www.jstor.org/stable/423472>
- Gonzálvez, H. (2018). Las mujeres mayores y el feminismo: ¿una mayoría silenciosa? En C. Calquín y H. Gonzálvez (Eds.), *Epistemologías feministas desde el sur. Aportes, tensiones y perspectivas* (pp. 97-116). Ril Editores.
- González, R. (2019). Social policy and the production of age norms for later life: The case of ageing policies in Chile. *International Journal of Ageing and Later Life*, 1-29. <https://doi.org/10.3384/ijal.1652-8670.17373>

- Grupo de Investigación en Determinantes Sociales de la Salud y Cambio Demográfico. (2014). *Índice de envejecimiento activo*. Universidad del País Vasco. <https://www.ehu.es/es/web/opik/indice-de-envejecimiento-activo>
- Harvey, K., y Brookes, G. (2019). Looking through dementia: What do commercial stockimages tell us about aging and cognitive decline? *Qualitative Health Research*, 29(7), 987-1003. <https://doi.org/10.1177/1049732318814542>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2011). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Huenchuan, S. (2018). *Envejecimiento, personas mayores y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Perspectiva regional y de derechos humanos*. Publicación de las Naciones Unidas, CEPAL. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44369/1/S1800629\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44369/1/S1800629_es.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2017). *Síntesis de resultados CENSO 2017*. [en línea], <https://www.censo2017.cl/descargas/home/sintesis-de-resultados-censo2017.pdf>
- Iacub, R., y Arias, C. (2010). El empoderamiento de la vejez. *Journal of Behavior, Health & Social Issues*, 2(2), 25-32. <https://doi.org/10.22201/fesi.20070780.2010.2.2.26787>
- Katz, S. (1996). *Disciplining old age. The formation of gerontological knowledge*. University Press of Virginia.
- Katz, S. (2014). What is age studies? *Age Culture Humanities*, 1, 17-23. <http://ageculturehumanities.org/WP/what-is-age-studies/>
- Leiva, A. M., Troncoso-Pantoja, C., Martínez, M. A., Nazar, G., Concha, Y., Martorell, M., Ramírez, K., Petermann, F., Cigarroa, I., Díaz, X., y Celis, C. (2020). Personas mayores en Chile: el nuevo desafío social, económico y sanitario del Siglo XXI. *Revista Médica de Chile*, 148(6), 799-809. <https://doi.org/10.4067/S0034-9887202000600799>
- Ley 19828 de 2002. Para la creación del Servicio Nacional del Adulto Mayor. Septiembre 16 de 2002. Diario Oficial de la República de Chile. <http://bcn.cl/2l4cp>
- Mansinho, M., y Pochintesta, P. (2011, noviembre). *Hacia un análisis crítico de las imágenes de la vejez en los mensajes publicitarios*. III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología, XVIII Jornadas de Investigación y Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Argentina. <https://www.academica.org/000-052/44.pdf>
- Mansinho, M., y Pochintesta, P. (2014). Modelos de envejecimiento en la publicidad gráfica: un análisis de género. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(1), 93-117. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4735044>
- Martínez Lirola, M. (2007). *Aspectos esenciales de la gramática visual*. Publicaciones Universidad de Alicante.
- Martínez Lirola, M. (2008). Las relaciones entre las características lingüísticas y visuales de las noticias sobre inmigración en la prensa gratuita y su relación con la audiencia. *Discurso y sociedad*, 2(4), 799-815. [http://www.dissoc.org/ediciones/v02n04/DS2\(4\)Lirola.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v02n04/DS2(4)Lirola.pdf)
- Martínez Lirola, M. (2016). Multimodal analysis of a sample of political posters in Ireland during and after the Celtic Tiger. *Revista Signos. Estudios de lingüística*, 49(91), 245-267. DOI: 10.4067/S0718-09342016000200005
- Martínez Lirola, M., y Olmos, A. (2015, julio). Sobre menores y mujeres inmigrantes en la radio y la televisión públicas: imágenes sesgadas y ficciones mediáticas. *Tonos Digital*, 29. <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/1322>
- Mazzucchelli, N. (2019). Envejecimiento positivo para Chile: ¿Una vejez sin Estado? *Revista Kairós: Gerontología*, 22(3), 25-42. <https://doi.org/10.23925/2176-901x.2019v22i3p25-42>
- Naciones Unidas. (julio, 2015). *World Population Prospects: The 2015 Revision*. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de Naciones Unidas. <https://www.un.org/en/development/desa/publications/world-population-prospects-2015-revision.html>
- Núñez-Gómez, P., Abuín-Vences, N., Sierra-Sánchez, J., y Mañas-Viniegra, L. (2020). El enfoque de la prensa española durante la crisis del COVID-19. Un análisis del *framing* a través de las portadas de los principales diarios de tirada nacional. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 41-63. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1468>



- Parodi, G. (2010). Multisemiosis y lingüística de corpus: artefactos (multi)semióticos en los textos de seis disciplinas en el corpus pucv-2010. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 48(2), 33-70. <https://doi.org/10.4067/S0718-48832010000200003>
- Pedrazzini, A. (2011, agosto-octubre). La relación verbal-visual en la portada de la prensa cotidiana: el caso atípico de *Página/12*. *Razón y Palabra*, 77. [http://www.razonypalabra.org.mx/varia/77%203a%20parte/38\\_Pedrazzini\\_V77.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/varia/77%203a%20parte/38_Pedrazzini_V77.pdf)
- Petretto, D., Pili, R., Gaviano, L., Matos López, C., y Zuddas, C. (2016). Envejecimiento activo y de éxito o saludable: una breve historia de modelos conceptuales. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 51(4), 229-241. <http://doi.org/10.1016/j.regg.2015.10.003>
- Rose, G. (2001). *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. Sage.
- Rozanova, J., Miller, E. A., y Wetle, T. (2016). Depictions of nursing home residents in US newspapers: Successful ageing versus frailty. *Ageing and Society*, 36(1), 17-41. <https://doi.org/10.1017/S0144686X14000907>
- Sánchez, M., y Monchiatti, A. (2013). Envejecer y parecer joven: obstáculos y consecuencias. *Revista Kairós Gerontología*, 16(2), 9-19. <https://doi.org/10.23925/2176-901X.2013v16i2p9-19>
- Servicio Nacional del Adulto Mayor. (2017). *Estudio sobre brechas legales en Chile para la implementación de la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores* [Informe final]. Centro de Estudios y Asistencia Legislativa de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. [http://www.Senama.gob.cl/storage/docs/ESTUDIO\\_SOBRE\\_BRECHAS\\_LEGALES\\_PARA\\_CHILE%2C\\_IMPLEMENTACION\\_CIPDHPM.pdf](http://www.Senama.gob.cl/storage/docs/ESTUDIO_SOBRE_BRECHAS_LEGALES_PARA_CHILE%2C_IMPLEMENTACION_CIPDHPM.pdf)
- Servicio Nacional del Adulto Mayor. (2020, 10 de enero). *Revistas*. [Archivo PDF]. SENAMA. <http://www.senama.gob.cl/revistas>
- Stilling, B., y Smed, K. M. (2019). 'Do it forever': Discursive representations of older adults and sexualities in vacation marketing. *Journal of Vacation Marketing*, 25(2), 264-276. <https://doi.org/10.1177/1356766718771421>
- Sun, L. (2019). The representation of later life love in chinese and european films. *Sexuality and Culture*, 23(2), 458-474. <https://doi.org/10.1007/s12119-018-9568-5>
- Thumala, D., Arnold, M., Massad, C., y Herrera, F. (2015). *Inclusión y exclusión social de las personas mayores en Chile*. Ediciones Servicio Nacional del Adulto Mayor. <http://www.Senama.gob.cl/storage/docs/Cuarta-Encuesta-Nacional-Inclusion-Exclusion-Social-de-las-Personas-Mayores-en-Chile-2015.pdf>
- Torres, E., y García, S. (2015). Representación de la vejez en publicidad: presencia de estereotipos, prescriptores y consumidores. *Opción*, 31(2), 1083-1104. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045568059.pdf>
- Van Dijk, T. (1980). *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Cátedra.
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23-36. <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20análisis%20crítico%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (2001). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Atenea Digital*, 1, 18-24. <http://blues.uab.es/athenea/num1/vandijk.pdf>
- Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder*. Gedisa.
- World Health Organization. (2002). *Active ageing. A policy framework*. Autor.
- World Health Organization (diciembre, 2020). *Decade of healthy ageing. 2020-2030*. Demographic Change and Healthy Ageing. [https://cdn.who.int/media/docs/default-source/decade-of-healthy-ageing/decade-proposal-final-apr2020rev-es.pdf?sfvrsn=b4b75ebc\\_25&download=true](https://cdn.who.int/media/docs/default-source/decade-of-healthy-ageing/decade-proposal-final-apr2020rev-es.pdf?sfvrsn=b4b75ebc_25&download=true)

## Notas

- \* Artículo de investigación. Este trabajo se ha realizado en el marco del doctorado Persona i Societat en el Món Contemporani de la Universitat Autònoma de Barcelona y el doctorado en Psicología de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. Financiado por la Agencia Nacional de investigación y Desarrollo (ANID/Doctorado Nacional/2018-21180106).

- 1 Cabe destacar que, durante el mandato de Sebastián Piñera, se intentó retomar la revista de SENAMA, bajo el título de *Gente Grande*. No obstante, dicha publicación solo logró cuatro números y fue interrumpida.
- 2 Una revisión de estos manuales de recomendaciones se encuentra disponible en la siguiente página: <https://www.apmadrid.es/como-informar-de/>

Licencia Creative Commons CC BY 4.0

*Cómo citar este artículo:* Mazzucchelli, N., y Arévalo Salinas, A. I. (2021). La representación multimodal del envejecimiento en el discurso institucional chileno. *Signo y Pensamiento*, 40(79). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.rmed>