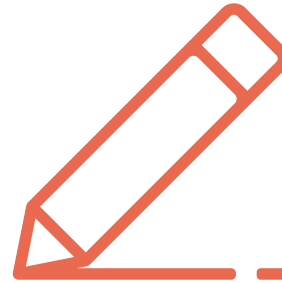




PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



RELATOS DE NUESTROS MAYORES

Alumna: Daniela Muñoz Filippig
Profesora guía: Elena Alfaro
Fecha: 24 de agosto del 2021
Santiago de Chile

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer de todo corazón:

A mi familia, que en varios momentos de este largo proceso, no pudimos estar juntos y que a pesar de esa lejanía, siempre estaban atentos para cuando los necesitaba.

A mi profesora guía, por su apoyo y comprensión en el desarrollo del proyecto.

A mis amigos de siempre, que me “prestaron” a sus parientes de la tercera edad para seguir avanzando en el proyecto

A los adultos mayores que me dieron la oportunidad de acercarme y conocer su intimidad.

Y finalmente, a todos quienes me apoyaron y me impulsaron a terminar este proyecto, en los momentos en que las energías me abandonaban.

ÍNDICE

01.- Introducción

02.- Marco Teórico

a.- El valor del adulto mayor

- La vejez
- El envejecimiento de la población
- La percepción de la vejez
- El edadismo
- Medidas para enfrentar el edadismo
- Educación del envejecimiento
- Programas intergeneracionales
- Pandemia COVID-19 y el adulto mayor
- Agudización del edadismo por pandemia
- Programas de ayuda al adulto mayor en pandemia
- Planteamiento del Problema y Oportunidad de diseño

b.- El poder del relato

- Empatizar y conectar a través de los relatos
- La empatía en el ser humano

c.- Diseño y comunicación visual

- Lenguaje visual y diseño
- La ilustración
- La narrativa gráfica
- El libro ilustrado
- El libro álbum o álbum ilustrado
- Categorización del libro álbum
- Relación imagen/texto del libro album

03.- Proyecto

- Qué, porqué y para qué
- Objetivo general y objetivos específicos. IOV.
- Usuarios
- Contexto
- Plan de desarrollo
- Antecedentes y referentes

04.- Levantamiento de información

- Selección de temáticas
- Obtención y selección de historias

05.- Proceso de diseño

- Carácter del proyecto
- Creación del relato.
- Estructura del relato
- Formato.
- Storyboard
- Nombre y logo
- Texto y paleta de color

06.- Producto final

- Libro album
- Distribución
- Proyecciones

07.- Conclusiones

08.- Bibliografía

INTRODUCCIÓN

El diseño es una disciplina que posee gran potencial para generar un cambio social, debido a su visión centrada en las personas, su mirada metodológica y su capacidad para originar enlaces entre los diversos actores del proceso creativo.

El envejecimiento poblacional del país, la percepción de la sociedad sobre el envejecimiento, el edadismo y sus consecuencias negativas en la salud física y mental de las personas mayores, hacen que sea urgente la intervención del diseño en este ámbito. Hasta hace un par de años, en Chile existían algunos proyectos para combatir el edadismo utilizando el enfoque teórico del envejecimiento positivo, los cuales tuvieron que ser pospuestos en forma indefinida a causa de la pandemia Covid-19, con sus correspondientes cuarentenas y aislamiento de los adultos mayores. Aun cuando estos proyectos se deben retomar en el futuro, escasean programas y campañas que apunten a crear conciencia del valor del adulto mayor en la sociedad actual, promoviendo la empatía en las generaciones de jóvenes a través del intercambio de experiencias, para finalmente derivar en una integración real que beneficie a la sociedad como un todo.

Dicho lo anterior, este proyecto busca llegar de manera más efectiva a la gente joven, a través del diseño de comunicación visual, generando un proyecto editorial cuyo objetivo es combatir el edadismo a través de fomentar la empatía entre jóvenes y adultos mayores, mediante narraciones reales, escritas por ambas partes, atinentes a experiencias y cualidades positivas de los adultos mayores. Como el lenguaje verbal no puede exhibir por sí solo la totalidad de la esencia humana; la propuesta del proyecto es el uso de la ilustración como una herramienta complementaria a la narración, puesto que logra que la información sea más atractiva y digerible para el público, y es capaz de entregar aristas de mayor sensibilidad. Las narraciones antes mencionadas serán compiladas, editadas, ilustradas y posteriormente distribuidas en forma de libro álbum.

MARCO TEÓRICO

A.- El valor del adulto mayor

LA VEJEZ

Para algunos la vejez es un concepto abstracto (Fernández, 2014), mientras que otros consideran esta etapa como una construcción socio-antropológica (Amaro, 2016). En mi perspectiva, considero que la vejez es un espacio donde la vida cobra un nuevo sentido, es un proceso heterogéneo donde se acumulan necesidades, pérdidas, oportunidades, limitaciones, capacidades y fortalezas humanas. La vejez suele verse sólo como el término de la vida, como una etapa donde vas perdiendo habilidades motoras y capacidades cognitivas. Sin embargo, la vejez está lejos de ser todo eso. Es el comienzo de una nueva etapa muy distinta a las anteriores, y no por ser distinta significa que no sea una etapa llena de oportunidades y desafíos motivacionales.

El adulto mayor de la actualidad está empoderado, ya no coincide con la típica visión tradicional de una persona frágil que necesita de protección y cuidado, sino que corresponde a un ser autónomo y lleno de vitalidad, que se sigue viendo a sí mismo como un aporte a la sociedad.



*Fotógrafo:
Arianne Clement.*

EL ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

El envejecimiento poblacional es una tendencia a nivel mundial. A medida que la esperanza de vida aumenta y la tasa de fecundidad disminuye, se espera que el porcentaje de adultos de 60 años y más aumente en todos los países del mundo. Frente a este panorama, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) afirma que esto se debe en específico a la mejora en las condiciones de vida de la población y del eficaz accionar del sistema de salud junto con el de protección social. Por ende, se espera que para el año 2050 la población de adultos mayores en el mundo corresponda a casi un cuarto de la población mundial (Mónica Ceberio, 2010).

Chile no se encuentra ajeno ante este fenómeno de envejecimiento poblacional. A lo largo de los últimos 20 años la fecundidad ha disminuido y está llegando a un nivel por debajo del de reemplazo (Bravo y Bertranou, 2006). Si se analizan los números que entregó la Encuesta CASEN el año 2015, se puede ver un considerable crecimiento del segmento de adultos mayores. Entre los años 1990 y 2015, se dio un importante incremento de 7,4 puntos porcentuales en la población mayor,

alcanzando un 17,5% de la población total a nivel país (3.075.603 personas). Por otro lado, en los jóvenes de 14 años o menos se produjo una disminución de 8 puntos porcentuales durante el mismo periodo.

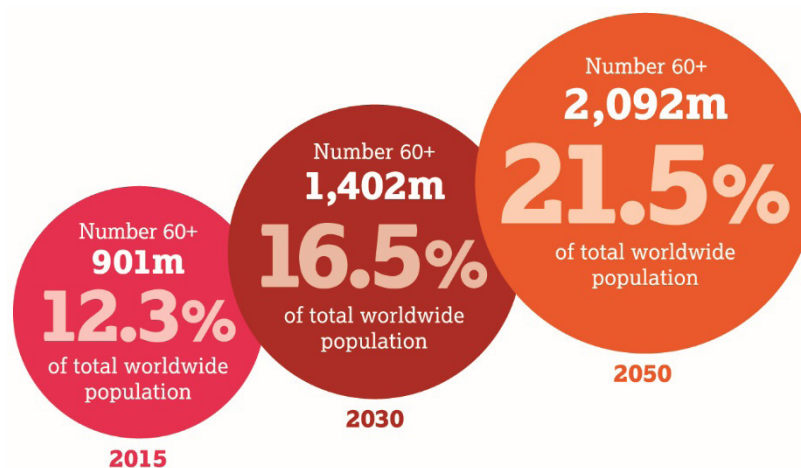
Con cifras más recientes, según proyecciones realizadas sobre la base de los resultados definitivos del CENSO 2017 en Chile, el año 2019 el número de adultos mayores se aproximó a los 2 millones 300 mil personas, número que representa el 11,9% del total de la población, y las regiones con mayor cantidad de adultos de 65 años y más son la Región Metropolitana, Valparaíso y Biobío.

Según las proyecciones a nivel nacional, el envejecimiento en Chile seguirá aumentando. Las proyecciones regionales se corresponden con esta lógica, ya que todas las regiones evidencian un proceso creciente de envejecimiento poblacional. Para el año 2035, todas las regiones, a excepción de Tarapacá, Antofagasta y Atacama tendrían una mayor proporción de población mayor de 65 años respecto de la población menor de 15 años. El envejecimiento sería más acentuado en las

regiones de Ñuble, Valparaíso y Los Ríos, y al final del período de proyección, se espera que para el año 2035 un 18,9% de la población total tenga más de 65 años.

La información de SENAMA indica que antes de la pandemia, por una parte, un 13,4% de las personas mayores de 60 años vivían solas y en el caso de los mayores de 80 años 1 de cada 5 vivían solos. Por otra parte, 24.214 personas mayores vivían en establecimientos de Larga Estadía para el Adulto Mayor (ELEAM) y se estima que ese número era mayor, pues la cifra se basaba en aquellos que contaban con autorización sanitaria para su funcionamiento.

El envejecimiento próspero de la población chilena no es un suceso para situar la atención solamente en el anciano como individuo, puesto que es una responsabilidad global. Este hecho afecta la forma de vivir, las aspiraciones y costumbres de la población en general, es decir, recae de manera profunda en nuestra economía, tendencias y percepciones.



Número y proporción de personas mayores a nivel global.
Fuente: UNDESA División de la Población, World population.

LA PERCEPCIÓN DE LA VEJEZ

El fenómeno del aumento de la población mayor es complejo ya que da paso a una gran interrogante. Esta pregunta está relacionada con las imágenes y expectativas sobre la vejez que se alojan en el subconsciente de nuestra sociedad y sus consecuencias, ya que se relacionan con la manera en que este grupo etario es valorado e integrado, con la forma en que los adultos mayores actuales perciben y experimentan su propia vejez, y también en cómo las nuevas generaciones prefiguran su propia senectud.

Las imágenes sociales sobre la vejez no presentan un carácter universal, sin embargo, varios estudios coinciden en indicar que éstas poseen estereotipos con fuertes cargas negativas. En los años 2002 y 2003, se realizó una investigación en España (Adelantado et al., 2004) que mostró como las generalizadas imágenes que rodean a la vejez están muy lejos de representar lo que los mismos adultos mayores piensan y sienten al respecto de ésta. Otros ejemplos interesantes, son los indicados por Tan et al. (2004), que demuestran cómo en el Caribe, Estados Unidos y el Sudeste de Asia la vejez es asociada a cualidades negativas,

tales como: inflexible, no atractiva y triste. En el mismo año de la investigación anterior, se realizó en Nigeria (Otoye, 2004) un estudio orientado a indagar los conocimientos de los jóvenes nigerianos al respecto de la vejez; el resultado de la investigación mostró que los adolescentes adquirieron fuertes estereotipos negativos hacia los adultos mayores al tener muy poco contacto y pocas experiencias de convivencias con ellos.

En Chile también predominan los estereotipos negativos hacia el adulto mayor. Esto se puede ver en los resultados de percepción del adulto mayor en la cuarta encuesta nacional de inclusión y exclusión social impulsada por el Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA). En esta investigación (Thumala et al. 2015), el 72,9% de los encuestados poseen la percepción de que nuestros mayores no pueden valerse por sí mismos. Se debe recalcar que este porcentaje representa un aumento respecto de las encuestas anteriores llegando a una diferencia de 7,2 puntos porcentuales en comparación al año 2008. Además, este número no refleja la realidad del adulto mayor en ese año, ya que según la encuesta Casen del año 2015 la

proporción de adulto mayor autovalente es de 85,5%, valor mucho mayor de lo que se creía.

Si bien es posible contemplar en algunos contextos imágenes positivas de los adultos mayores, la tendencia es el mantenimiento de estereotipos y actitudes prejuiciosas, donde son otros grupos etarios los que discriminan al adulto mayor por simplemente estar en su ciclo de vejez.

Tomando todo en cuenta: ¿Diría que la mayoría de los adultos mayores puede valerse por sí mismo o la mayoría no puede valerse por sí mismo?

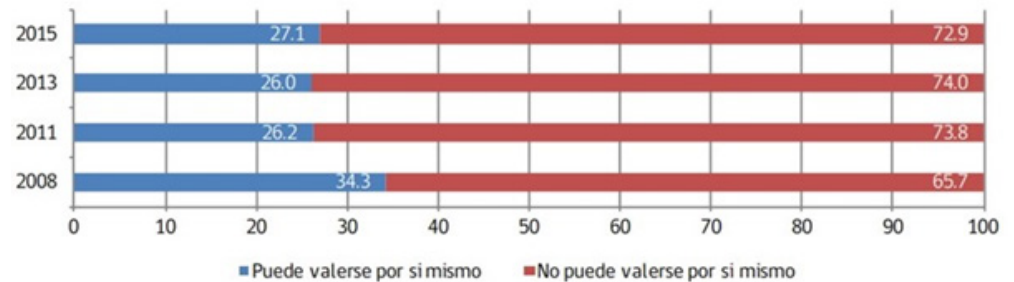


Tabla sobre la encuesta de percepción de la autovalencia del adulto mayor por la sociedad chilena en los años 2008 y 2015.

Fuente: SENAMA.

EL EDADISMO

En el año 1969, el médico Robert Butler fue el autor de le dio el nombre al conjunto de actitudes negativas hacia los adultos mayores y el proceso de envejecimiento como “ageism” o edadismo traducido al español. El edadismo agrupa las actitudes socialmente estereotipadas, discriminatorias y negativas, junto con los prejuicios mantenidos por la población en merma de la vejez, la ancianidad y el proceso de envejecimiento.

Un hecho interesante sobre el edadismo es que es ampliamente aceptado y normado por la mayoría de las culturas actuales (Boduroglu, Yoon, Luo, & Park, 2006; Ng, 2002). Este tipo de discriminación es extraordinariamente complejo y a menudo se encuentra encubierto. De hecho, varios sentimientos edadistas poseen una naturaleza muy sutil y a menudo son pasados por alto. Esto se puede evidenciar en un nivel tanto macro (productos de belleza, comerciales, etc.) como un nivel micro (expresiones del lenguaje cotidiano, rutinas de humor, refranes, etc.).

El utilizar en el lenguaje diario la palabra “viejo” para indicar que algo es considerado malo perpetúa el edadismo a través de imágenes negativas y estereotipadas de las personas mayores (Palmore, 2000); así como usar la palabra “joven” para referirse a cosas que son buenas. Lo anterior hace necesario volver a precisar cómo serán observados y entendidos los adultos mayores. La forma de convenir el envejecimiento y la vejez dependerá de la sociedad en la que se manifiesten, “la vejez no será sino lo que quiera que sea la sociedad que la crea” (Aranibar: 2001, 10).

Dicho lo anterior, se debe aclarar que el edadismo tiene consecuencias nocivas sobre la salud de las personas mayores. En un estudio sobre longevidad (Levy, 2002) se notó que el promedio de vida de los adultos mayores encuestados que tenían y sufrían actitudes negativas con respecto al envejecimiento fue de un 7,5 años más corto que el de las que tenían actitudes positivas. Es por esto por lo que es importante tratar los imaginarios negativos sobre la vejez, ya que los que discriminan no sólo se encuentran en generaciones más jóvenes, sino que también lo

hacen las mismas personas mayores. Ellos son conscientes de los estereotipos que existen sobre ellos en la sociedad y son sensibles a su influencia. Su utilización puede generar la confirmación conductual de las expectativas de comportamientos derivadas de los ideales estereotípicos.

A partir de esta discriminación, es viable creer que, para las personas jóvenes, su relación con las personas mayores puede implicar una tarea de la que hay que hacerse cargo. Debemos inculcar una nueva manera de entender la vejez a todas las generaciones. Es de suma importancia aceptar la amplia diversidad de la experiencia que ofrece la edad avanzada, asentar las inequidades que a menudo subyacen a ella y estar dispuestos a preguntarnos cómo podrían hacerse mejor las cosas.



Ilustrador:
Joost Swarte.

MEDIDAS PARA ENFRENTAR EL EDADISMO

Debido a este aumento de población de adulto mayor, junto con el edadismo que sufre este grupo etario, son cada vez más las organizaciones e instituciones que se atreven a explorar en el mundo de la vejez y se hacen cargo de aumentar el bienestar subjetivo y crear instancias de recreación para las personas mayores.

Existen diversos proyectos para evitar el edadismo hacia los adultos mayores tanto a nivel mundial como nacional. La primera proposición fue en el año 1982, donde se llevó a cabo la Primera Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento, la cual creó el Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento. Más tarde, a inicios de la década de 1990, fue designado el 1 de octubre como el Día Internacional de las Personas de Edad. Luego, en el año 2002 se celebró en Madrid, España, la Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento. Más recientemente, en el año 2015, los estados miembros de la Organización de Estados Americanos (OEA) suscribieron la Convención Interamericana de los Derechos Humanos de las Personas Mayores, en donde se reconoce nuevos derechos que deben ser

ejercidos y disfrutados por las personas a medida que envejecen. Esto con el fin de facilitar leyes y normas legales que aseguren la ejecución y se eviten toda forma de discriminación por edad.

En Chile, con fecha 1° de setiembre de 2017, el ministerio de Relaciones Exteriores promulgó el Decreto 162 “Promulga la Convención Interamericana sobre la Protección De Los Derechos Humanos de las Personas Mayores”, el que fue publicado el 7 de octubre de 2017. Además de este cuerpo legal, existen otras medidas para combatir la discriminación del adulto mayor tanto a nivel gubernamental como municipal y cultural.

A nivel gubernamental

El Estado para sus propuestas utiliza el concepto de envejecimiento activo (Calvo, 2013), que tiene como propósito aumentar la calidad de vida de los adultos mayores y permitirles seguir contribuyendo a su país. Trata dos materias importantes: primero ve la movilidad del adulto mayor en la ciudad y segundo su oportunidad en el mundo laboral.

A nivel municipal y cultural

Estas entidades buscan varias maneras de potenciar sus redes de contacto para conseguir que el adulto mayor se mantenga integrado y activo en la sociedad, luego de la jubilación. Permiten el espacio para crear clubes, realizar talleres, actividades deportivas y recreativas, etc. Dentro de las actividades con mayor aceptación entre los adultos mayores están los talleres de escritura, que les permiten traspasar sus memorias, experiencias y vivencias al papel, logrando al mismo tiempo, preservar la tradición e identidad de un país (SENAMA, 2011, Ser mayor).

Mientras que eso ocurre en Chile, en los países desarrollados se están formulando nuevas tendencias, teóricas y prácticas, para enfrentar el edadismo. Entre estas propuestas están la educación del envejecimiento y los encuentros intergeneracionales.



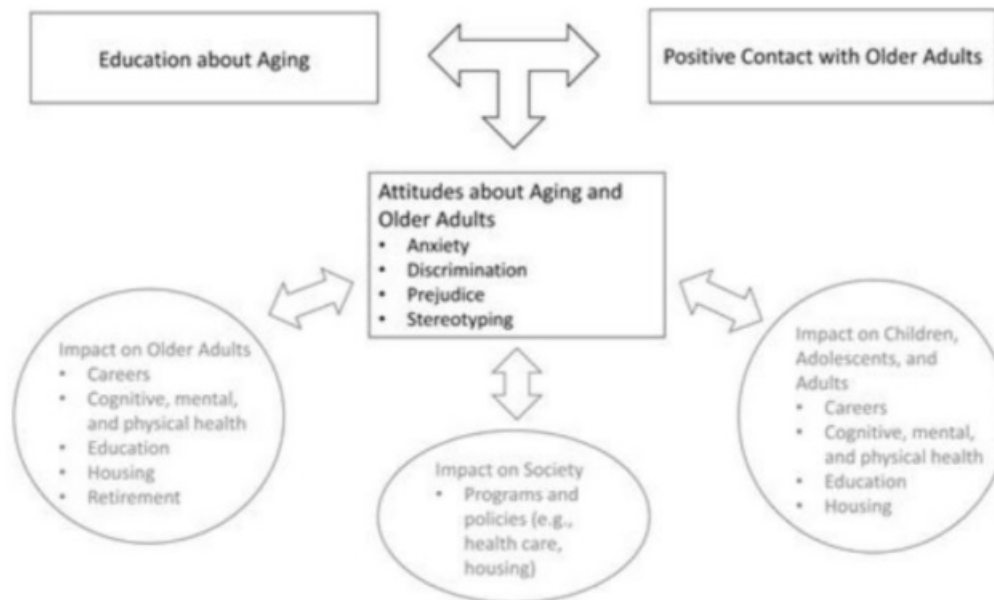
*Primer bingo virtual para los residentes de CVTS de BioBío. 2021
Fuente: SENAMA BioBío*

EDUCACIÓN DEL ENVEJECIMIENTO

En general, las personas llegan a la edad adulta con muy poco conocimiento sobre la educación formal de lo que implica envejecer. Esta es una realidad que muchos académicos destacan repetidamente. Insisten en la falta o inadecuada educación sobre el envejecimiento tanto en el hogar y como en las escuelas e universidades (Marshall, 2015; McGuire, Klein, & Couper, 2005). “Si les enseñamos a los jóvenes que envejecer es una parte natural de la vida, y los criamos para que aprecien y valoren las contribuciones de las personas mayores a su mundo, los estereotipos y temores del envejecimiento se volverán obsoletos” (Butler, 1999, p. v).

La educación del envejecimiento debe enseñar sobre el potencial para una buena salud, actividad, productividad y creatividad en todas las etapas de la vida (Pratt, 1987). Debe ser una educación intergeneracional, centrada en el desarrollo, educación anticipatoria que promueva las actitudes positivas sobre el envejecimiento (McGuire, 1993). Esta educación incluye conocimiento cognitivo, pero también debe contribuir al dominio afectivo del aprendizaje (McGuire et al., 2005).

En este contexto, aparece en el año 2018 una propuesta de modelo integrador para reducir el edadismo de la académica Levy Sheri. Esta propuesta se llama Positive Education about Aging and Contact Experiences (PEACE), y se basa en dos factores fundamentales: primero está la educación sobre el envejecimiento, incluyendo datos sobre el envejecer junto con modelos positivos más antiguos que disipan imágenes negativas e inexactas de la edad adulta; y segundo viene las experiencias de contacto positivo con adultos mayores que son individualizadas, brindan o promueven un estatus igualitario, son cooperativas, implican el intercambio de información personal y son sancionadas dentro del entorno. Estos dos factores son contribuyentes claves tienen el potencial de estar interconectados y trabajar juntos para reducir los estereotipos negativos, la ansiedad por el envejecimiento, los prejuicios y la discriminación asociados con los adultos mayores y el envejecimiento.



*Estructura del modelo PEACE.
Fuente: Toward Reducing Ageism: PEACE*

PROGRAMAS INTERGENERACIONALES

Los adultos mayores tienen la necesidad de interactuar con diversos grupos etarios para poder sentirse más integrados en la sociedad. Buscan realizar diversas actividades en lugares públicos como parques y bibliotecas para conectar y compartir con otras generaciones. Las actividades realizadas solo para adultos mayores terminan segregando más que integrando, es por esto que en Chile se han empezado a generar diversos proyectos de índole intergeneracional.

Dicho lo anterior, podemos suponer que la integración de un adulto mayor en la sociedad es exitosa si éste se involucra y participa con distintos agentes y grupos etarios. Promover el envejecimiento activo a través de la participación y las relaciones intergeneracionales contribuye a construir un país más respetuoso e inclusivo, es por esto por lo que los programas intergeneracionales son de suma importancia.

Estos programas son una estrategia que buscan combatir el edadismo a través de la convivencia entre los jóvenes y los adultos mayores, mediante la promoción de relaciones de intercambios

de experiencias, conocimientos y habilidades. Dentro de estos programas, se busca crear una teoría (Sáez, 2007) sobre el desarrollo específicamente intergeneracional, diferenciada en los siguientes aspectos: la naturaleza de la interacción y de las relaciones entre generaciones, superar la representación lineal de las etapas vitales, conceptualizar el desarrollo desde una perspectiva constructivista, reconocer la influencia socio-cultural e histórica, superar el enfoque cuantitativo de la participación y centrarse en los beneficios que ofrece y, por último, ampliar su impacto más allá del cambio de actitudes (Sáez, 2007).

Según el texto “Intergeneracionalidad y multi generalidad en el envejecimiento y la vejez” (Beltrán et al, 2013), las investigaciones sobre programas intergeneracionales presentan diversos criterios para categorizar las experiencias, los cuales establecen categorías que no son absolutas ni mutuamente excluyentes, pero constituyen al mismo tiempo una herramienta valiosa que sirve de conductor para diferenciar unos programas de otros. Estas son:

1) Según el servicio y el aprendizaje de los participantes

Están orientados al aprovechamiento diferencial para el fortalecimiento de lazos entre generaciones y tienen como objetivo el intercambio de información, conocimientos, experiencias y acciones, hacia el desarrollo continuo, el aumento de saberes y el aprendizaje recíproco. Los participantes son comunidades generacionales activas que superan mitos, estereotipos, imaginarios y concepciones culturales.

2) Según la implicación de los participantes

Se diferencian los programas en que sus participantes intercambian y aprenden sobre sus vidas, pero no establecen contacto entre ellos, cada participante indaga cómo es otra generación, pero no establece contacto; se planifican los encuentros y reuniones, pero como una experiencia que no se va repetir; los encuentros son regulares durante un periodo de tiempo, generalmente de carácter experimental y los encuentros son continuados, pues tras una experiencia experimental exitosa, deciden mantenerse en el tiempo.

3) Según la interacción de los participantes

Éstas se agrupan de acuerdo con el grado de contacto: Las que generan intercambio y colaboración; las que realizan actividades conjuntas; las que generan innovación y permanencia y las convivenciales que planean sobre la marcha sus relaciones, objetivos y tareas, siendo finalmente las que constituyen el mejor ejemplo de programas intergeneracionales.

4) Según el interés de los participantes

El área de interés hace referencia a categorías como: educación y desarrollo de habilidades; desarrollo emocional y social de los jóvenes; promoción de conciencia cultural; las artes; el desarrollo comunitario; la salud y el apoyo familiar.

Es claro que existen muchas maneras de distinguir y elaborar un programa intergeneracional, sin embargo, la gran y prolongada crisis sanitaria global por el virus COVID-19, ha impuesto muchas restricciones al contacto presencial en Chile, en especial con los adultos mayores. Por lo tanto, en el aspecto implicación de los participantes, este proyecto se tuvo que restringir a la aplicación del criterio de que los participantes no requieren de un contacto físico para poder intercambiar experiencias.

PANDEMIA COVID-19 Y EL ADULTO MAYOR

La COVID-19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2. Los primeros casos de COVID-19 aparecieron en China, en la ciudad de Wuhan, en diciembre de 2019 y fueron informados a la Organización Mundial de la Salud (OMS) como un grupo de casos de «neumonía vírica» el 31 de diciembre. En pocos meses los contagios se extendieron por los cinco continentes, detectándose el primer caso en Chile el 3 de marzo de 2020.

El 11 de marzo de 2020, preocupada tanto por los alarmantes niveles de propagación y gravedad, como por los de inacción, la OMS evaluó que el COVID-19 podría caracterizarse como una pandemia. Las personas mayores son un grupo especialmente vulnerable ante la COVID-19 y presentan un peor pronóstico, por su comorbilidad, los síndromes geriátricos y la fragilidad asociada al envejecimiento, habiendo sido definida la pandemia como una emergencia geriátrica.

En Chile, de las más de 34.200 muertes por covid-19 al 15 de julio de 2021, casi un 82% corresponde

a mayores de 60 años. En contraposición a esta realidad, los jóvenes, que tienen un alto nivel de contagio y muchas veces no presentan síntomas de la enfermedad, siguen haciendo sus actividades, en ocasiones sin respetar los confinamientos decretados, con lo que son un agente de contagio para el resto de la población.

La crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19 ha generado una serie de acciones de parte de las principales autoridades de todo el mundo para detener la propagación del virus. Entre las medidas más efectivas para evitar los contagios, la OMS recomienda el lavado frecuente de manos, el uso de mascarillas y el distanciamiento físico. Se configura entonces un escenario especialmente complejo para las personas mayores, en que los efectos del confinamiento y la restricción del contacto físico con familiares y/o amigos, agudizan las consecuencias psicológicas de las medidas sanitarias, específicamente el aumento de los sentimientos de soledad, sintomatología depresiva, ansiosa y la progresión acelerada de deterioro en quienes tienen alteraciones en su funcionamiento cognitivo.

AGUDIZACIÓN DEL EDADISMO POR PANDEMIA

En Chile, el tema de la vejez y el envejecimiento ha sido una constante en las últimas décadas, pero en los últimos años se ha agudizado debido a la pandemia de COVID-19. Las medidas de confinamiento y aislamiento social han generado un impacto significativo en la vida de las personas mayores, especialmente en quienes viven solos o con poca compañía. Esto ha llevado a un aumento de la soledad, la depresión y la pérdida de autonomía. Sin embargo, también se han generado iniciativas y proyectos intergeneracionales que buscan fortalecer el tejido social y brindar apoyo a las personas mayores.

La pandemia ha cambiado muchas cosas de nuestra vida cotidiana, pero quizás lo más importante es que ha cambiado la forma en que nos relacionamos con los demás. El aislamiento social ha generado un impacto profundo en la salud mental de las personas, especialmente en las mayores. Muchas de ellas se sienten solas y abandonadas, lo que puede llevar a problemas de salud mental como la depresión o la ansiedad. Sin embargo, también se han generado iniciativas y proyectos intergeneracionales que buscan fortalecer el tejido social y brindar apoyo a las personas mayores. Estos proyectos buscan crear espacios de encuentro y diálogo entre las generaciones, lo que puede ayudar a reducir el aislamiento social y mejorar la calidad de vida de las personas mayores.

los adultos mayores viven solos o acompañados de otro adulto mayor, el confinamiento al que se les somete deriva en un aislamiento social que les dificulta incluso poder acceder a alimentos o medicamentos. Con respecto a las medidas de confinamiento adoptadas, Daniela Thumala, psicóloga e integrante de la misma Red explica “En este caso, no se consideraron las diferencias



Ilustrador:
João Fazenda

que hay entre las personas mayores, y la heterogeneidad de la población...Para una persona mayor de 75 años en condiciones de fragilidad quedarse en la casa, es una medida de cuidado, pero para una persona de 75 que está saludable, esto es percibido como una discriminación, como una injusticia, como un castigo”.

En este sentido, la antropóloga de la Universidad de Chile, Paulina Osorio, afirma que la percepción social de la tercera edad, como una población

frágil que requiere de cuidados y que pasan a ser una suerte de “hijos” de las familias “se refuerza y se profundiza en pandemia”. “En el mismo hecho de catalogarlos dentro de la población de alto riesgo, ya tiene una significación. Son vistas como aquellas personas que requieren de mayor atención; y, si bien, puede ser así, les limita o invisibiliza a la población más activa de las personas mayores. Entonces lo que hace el contexto es agudizar y profundizar la marginación o la exclusión en la cual se encuentran las personas mayores y la vejez”. Para Osorio, “todo lo que se



*Ilustrador:
Stuart Briers.*

había ganado en identificar la diversidad en la vejez, los diferentes aportes que pueden hacer a la sociedad chilena, ha sido invisibilizado por la pandemia.

A nivel mundial existen muchas similitudes, por ejemplo, se detecta un aumento del edadismo como podemos ver en la investigación de Ayalon et al.: «(Todos) inservibles, necesitados de ayuda, no válidos, incapaces de contribuir a la Sociedad» son calificativos difundidos en las redes sociales, los medios de comunicación y en los discursos políticos de los Gobiernos, olvidando su heterogeneidad en la genética, historial de salud y enfermedades, historia de vida, modos de envejecer, y obviando que son agentes de cambio y ciudadanos de pleno derecho. Las imágenes estereotipadas y negativas que aparecen en los medios de comunicación vinculando enfermedad a vejez, deterioro y carga social pueden reforzar el edadismo, la actitud de rechazo y el miedo a envejecer.

Los estereotipos son la puerta de entrada a la estigmatización, al etiquetado y a la conducta

discriminatoria respecto de las personas mayores. Estas actitudes edadistas pueden promover estrés, angustia y ansiedad en ellas al insistir en su vulnerabilidad, tal y como argumentan diferentes autores. El coronavirus está reforzando estereotipos edadistas («Mueren los viejos», «Las víctimas son las personas mayores y vulnerables»). Llama la atención que las noticias referidas a las muertes de las personas mayores parece que solo merecen engrosar las estadísticas.



*Ilustrador:
Luci Gutierrez.*

PROGRAMAS DE AYUDA AL ADULTO MAYOR EN PANDEMIA

La pandemia ha agravado y al mismo tiempo ha contribuido a visibilizar la precariedad en que viven muchos adultos mayores. Como respuesta, muchas entidades estatales y privadas han destinado más recursos a programas existentes y han creado nuevos programas para prestarles ayuda. A modo de ejemplo:

- El SENAMA, entre otras actividades, a través del programa “Aprende Redes Sociales” lanzó una serie de manuales, adaptados especialmente a las necesidades de las personas mayores, con el objetivo de impulsar la utilización de las diversas redes sociales y así permitir que estén más conectados y acompañados. También en el marco del Día de la Toma de Conciencia contra el Abuso, Maltrato y Abandono en la Vejez, que se conmemora cada 15 de junio, realizó el lanzamiento de la campaña denominada “La soledad no es un juego, haz tú el primer movimiento”.

- La Fundación Conecta Mayor, de la Pontificia Universidad Católica de Chile, ha emprendido diversas iniciativas para los adultos mayores. El “Centro de Ayuda Y Comunicación Conecta Mayor” dispone de una línea telefónica con la que los beneficiarios de Conecta Mayor pueden comunicarse para ser escuchados y acompañados, lo que busca contrarrestar la soledad y/o aislamiento que muchos de ellos enfrentan. Además, gracias a una donación de Entel y con el apoyo de las Municipalidades de todo Chile, 80.000 personas mayores de los sectores más necesitados del país beneficiarios cuentan con un plan de datos gratuito por dos años y botones predefinidos para comunicarse con sus seres queridos y los servicios locales. Otra iniciativa importante es el kit de insumos y alimentos (dos cajas de alimentos y artículos de aseo para el hogar e higiene personal) que se distribuye a las personas mayores para dar un apoyo adicional para paliar parte de los problemas que sufren durante esta pandemia.



Kit del CM Virtual entregado por la fundación Conecta Mayor. Crédito: Karina Fuenzalida.

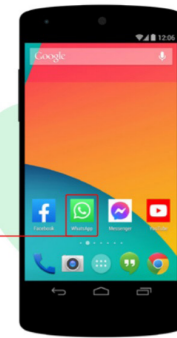
WHATSAPP

1. ¿Qué es Whatsapp?






WhatsApp es un servicio de mensajería por el cual se pueden enviar mensajes, fotos, videos, documentos y mensajes de voz, además de realizar llamadas a amigos y familiares.

2. ¿Cómo accedo desde mi dispositivo?

Toca sobre el ícono de **WhatsApp**.



2. Menú de Facebook

-  **Marketplace:** lugar para vender o comprar productos y servicios.
-  **Notificaciones:** te avisa de novedades de amigos y páginas o cuando un amigo interactúa con tus publicaciones.
-  **Menú:** te lleva a la configuración y a tu perfil.
-  **Buscador:** lo utilizarás cuando quieras buscar personas, páginas o grupos.
-  **Messenger:** es el servicio de mensajería instantánea de Facebook.

Diapositivas de los manuales del programa “Aprende Redes Sociales” impulsado por el SENAMA. Fuente: SENAMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OPORTUNIDAD DE DISEÑO

El “edadismo” es un conjunto de actitudes negativas hacia los adultos mayores y el proceso de envejecimiento, que se encuentra presente en la mayoría de las sociedades occidentales modernas, y que tiene consecuencias nocivas sobre la salud de las personas mayores. Esto también deriva en un daño social, al evitar la integración sana de todos los individuos, dificultando la gestión del conocimiento y negando a los adultos mayores la posibilidad de seguir contribuyendo al desarrollo del país, en la medida de sus capacidades y deseos.

La pandemia Covid-19 ha agudizado el fenómeno del edadismo al incrementar la segregación y aislamiento de los adultos mayores, pero por otro lado ha visibilizado el problema que ellos viven, sensibilizando a la sociedad sobre la evidente falta de integración y la necesidad de hacer algo al respecto.

Teniendo en consideración que la mayoría de las soluciones de apoyo hacia el adulto mayor

y los programas realizados a la fecha son unidireccionales y siguen manteniendo la segregación social, **existe la necesidad de usar una estrategia que facilite la visibilización de la realidad de los adultos mayores activos, que se contrapona a los conceptos edadistas imperantes.** Se requiere potenciar su integración social, la comunicación intergeneracional, el aprendizaje mutuo y el compartir experiencias.

Para satisfacer estas necesidades, el diseño es una disciplina que provee de estrategias y herramientas para abordar y profundizar en problemáticas sociales como el edadismo, con un enfoque distinto al que se ha estado usando. Frente a este panorama y mezclando principios de las distintas metodologías, **surge la oportunidad de enfrentar el edadismo mediante el diseño de comunicación visual**, el cual juega un rol muy importante en la actualidad, ya que se preocupa de construir un mensaje visual con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.

B.- El poder del relato

EMPATIZAR Y CONECTAR A TRAVÉS DE LOS RELATOS

El relato es la acción realizada por el hombre de contar, referir o relatar algo, es decir, dar a conocer o comunicar un hecho o suceso de la vida, de forma ordenada para que otros lo conozcan y aprecien.

El relato es una de las formas de comunicación preferidas por el ser humano desde sus orígenes y surge de la necesidad de comunicarse y conectar con sus pares.

El filósofo griego Aristóteles, considerado padre de la cultura occidental, bautizó al ser humano como un animal social y, si se observa la evolución de la especie humana a lo largo de la historia, siempre conformó comunidades desde los primeros grupos que lograron evolucionar desde África. El relato fue una de las primeras instancias que permitió al ser humano comunicarse y transmitir sus experiencias y, a través del tiempo, el arte de contar historias (storytelling) se ha convertido en hábito y tradición.

La doctora Pamela Rutledge, directora del Media Psychology Research Center, asevera que las

historias nos conectan con un yo más amplio y verdades universales, ellas tratan de colaboración y conexión y trascienden generaciones, nos involucran a través de las emociones y nos conectan con los demás. A través de historias compartimos pasiones, tristezas, penurias, alegrías, un significado y un propósito. Las historias son el terreno común que permite a las personas comunicarse, superando nuestras defensas y diferencias; nos permiten comprendernos mejor a nosotros mismos y encontrar nuestros puntos en común con los demás.

La tradición humana de compartir historias encuentra su origen en tiempos prehistóricos, lo que se evidencia en el arte rupestre, y ha trascendido y evolucionado en el tiempo. El hecho de compartir experiencias a través de un relato, desde siempre ha contribuido a crear un sentimiento de comunidad y empatía hacia el resto de los integrantes. Las historias involucran al ser humano a cabalidad, evocan emociones y sentimientos, permiten entender al relator de la historia e identificarse con lo que está contando. Un buen relato es capaz de generar aprendizaje

y opinión, entregando a quienes lo reciben la oportunidad de expandir su conocimiento y su forma de ver la realidad.

A modo de ejemplo, un Relato de Vida es la historia de una persona mayor que no deja de contribuir a la sociedad a pesar de estar envejeciendo. Puede ser mediante una entrevista o escribiendo el relato con ella; incluyendo fotos de las actividades que realiza o de cosas interesantes que haya hecho a lo largo de su vida.

En su desarrollo, el relato ha trascendido el lenguaje verbal, expandiéndose también a lo visual e interactivo. Actualmente, gracias a la tecnología y a los nuevos medios, es especialmente popular el relato visual, debido a su gran versatilidad y universalidad que permite un entendimiento uniforme por gente alrededor del mundo, como indica Ed Annink en su libro *Lovely Language*: Hoy, sin embargo, el lenguaje que se entiende en todo el mundo probablemente no consiste en palabras, sino en imágenes. Vivimos en un mundo cada vez más “visual”, en el que “visual” no significa simplemente “cosas que podemos ver”, sino “cosas que reconocemos que tienen un significado específico”.

El relato visual cumple tanto con ser estéticamente atractivo como flexible en su manera de comunicar historias al espectador. Tiene una gran variedad de formatos (animación, videojuegos, novela visual, ilustración, cómic, novela gráfica, libro álbum, afiches, etc.) que lo hacen versátil y permite elegir aquel que sea más adecuado dependiendo del tema a comunicar y el público al que se quiere llegar.



Fotógrafo:
Constanza Hevia.

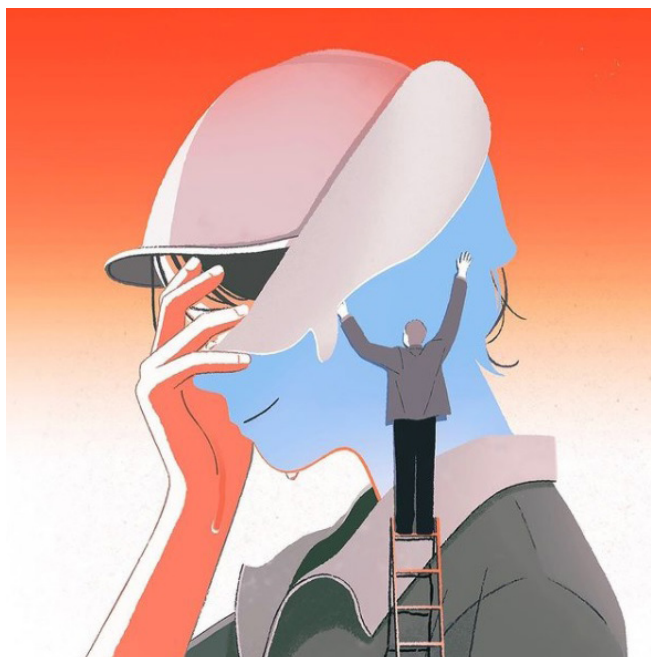
LA EMPATÍA EN EL SER HUMANO

La empatía es la capacidad que tiene una persona de percibir y entender los sentimientos, pensamientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar, es decir, como un individuo similar con mente propia.

Carmen Soliveres Tomás, psicóloga y codirectora de Psicoactúa, indica que “Ser empático nos permite entender a la persona que tenemos delante y nos facilita establecer una relación social cordial. ... la empatía nos ayuda a no juzgar a la persona y a comprenderla desde una perspectiva mucho más integral. Con ello logramos ser respetuosos con el otro”.

Roman Krznaric indica en su investigación llamada The Empathy Effect: “La empatía es una de las herramientas más efectivas a nuestra disposición para cambiarnos de un ‘marco de pensamiento de interés propio’ a un ‘marco de interés común’, donde nuestro modo de pensamiento subyacente está estructurado por una preocupación tanto por nosotros mismos como por los demás”. En dicha investigación plantea que en una sociedad en la que se promueve y enseña la empatía, priman

la comunicación constructiva y la colaboración entre sus miembros en la generación de cambios y políticas sociales y culturales para el bienestar común. Hay 3 estrategias que acercan al ser humano a una actitud empática para generar cambios en su entorno, éstas se describirán en la siguiente página.



*Ilustrador:
Ard Su.*

Experiencia

Posibilita vivir en carne propia la experiencia o sufrimiento de otros y si bien es una aproximación que causa un muy alto impacto en la persona, es muy difícil de organizar a mayor escala.

Cultura

Este método valoriza el rol de herramientas como el arte, el cine, el teatro, la literatura y medios interactivos –especialmente aquellos que implican historias y testimonios personales– para ayudar al público a ponerse en los zapatos de la persona o grupo de la que trata el relato.

Conversación

Se crean instancias de diálogo entre divisiones sociales para expandir la conexión empática.

C.- Diseño y comunicación visual

LENGUAJE VISUAL Y DISEÑO

El lenguaje visual es un sistema de comunicación que se basa en la utilización de la imagen como medio de expresión y ha sido empleado desde los inicios de la humanidad.

La importancia de la percepción visual es la capacidad de asociar imágenes con emociones y experiencias. Según Bruno Munari, la comunicación visual es todo lo que percibimos a través de la vista, desde lo más sencillo a lo más complejo, cada una de estas imágenes visuales poseen un valor según el contexto en el cual se observan, es por ello que la comunicación visual puede ser casual o intencional. Se considera comunicación casual cuando es espontánea y no posee un mensaje por un emisor específico. En cambio, cuando es dirigida por uno o más emisores específicos y tiene un significado, se considera comunicación intencional. Finalmente, la comunicación visual puede afectarse por el ambiente que la rodea.

Por su parte Jorge Frascara, reconocido internacionalmente como líder en el diseño de comunicación visual, en su libro “Diseño de Comunicación”

plantea que “el diseño de comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Una comunicación llega a existir porque alguien quiere transformar una realidad existente en una realidad deseada. El diseñador es responsable por el desarrollo de una estrategia comunicacional, por la creación de los elementos visuales para implementarla y por contribuir a la identificación y a la creación de otras acciones de apoyo destinadas a alcanzar los objetivos propuestos, es decir, la creación de esa realidad deseada.

Posteriormente, el mismo Frascara en su libro “¿Que es el diseño de Información?” asevera que “el diseño de información tiene como objetivo asegurar la efectividad de las comunicaciones mediante la facilitación de los procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización y uso de la información presentada”.

De lo anterior se desprende que el diseñador tiene un rol activo, en la generación de cambios sobre la forma en las que las personas entienden

y reaccionan ante su entorno, adquiriendo un rol político. Esto conlleva la responsabilidad de que cada mensaje exista con un propósito, que debe guiar las decisiones y estrategias para crearlo.

Por ende, esta área del Diseño no se puede limitar a generar piezas gráficas atractivas, sino que debe plantear soluciones que eduquen, informen y sensibilicen a la comunidad desde la comunicación, potenciando un cambio social.



*Campaña para
NYFSC.
DFT DESIGN*

LA ILUSTRACIÓN

Cuando hablamos de ilustración en el diseño gráfico, nos referimos a un dibujo o imagen que suele acompañar a un texto para enriquecerlo y complementarlo, haciendo que la comunicación sea más sencilla ya que es capaz de transmitir un mensaje más emocional en cualquier circunstancia.

Hasta hace poco tiempo la ilustración era considerada una disciplina de segunda categoría, cuya función era acompañar o adornar un texto en una publicación. Sin embargo, la percepción general ha evolucionado, ya que es una herramienta que en muchos casos llega a ser autónoma al proporcionar nuevas ideas al receptor, para dar luces sobre un tema o situación que no necesariamente podría haber sido explicitada a través de la palabra. Tal como describe Rosario Velasco en su tesis doctoral, «La ilustración es una potente herramienta que sirve de soporte al hecho comunicativo, ya que es reclamo visual, superficie ornamental, portadora de significados y captadora de miradas, mostrándose como un recurso fundamental para cualquier estrategia que persiga la emisión de un mensaje.»

En el mundo del arte visual, los ilustradores son hoy en día comparados con artistas plásticos y diseñadores gráficos. Los juegos de ordenador y los cómics están en continuo crecimiento, por lo que los ilustradores actuales están recibiendo una gran importancia y popularidad en estos mercados, especialmente en Corea, Japón, Hong Kong y EE. UU.

Bajo esta mirada, es evidente que este tipo de imagen pasó a cobrar relevancia en su individualidad, aun cuando conviva con distintos textos. Por otro lado, es importante destacar la capacidad de la ilustración de generar sensaciones y enriquecer visualmente la manera en que se pueden entender las cosas, apelando no sólo a un valor comunicacional, sino que también a un valor estético que puede generar sentimientos y reacciones intensas.

Para la realización de este proyecto y en una perspectiva ligada al Diseño, se entenderá la ilustración como una herramienta que adquiere el rol de comunicador gráfico, al utilizarse como un medio para transmitir ideas o información objetivo, pero que al mismo tiempo puede explorar y representar conceptos visualmente, de una manera sensible y expresiva, permitiendo al receptor descubrir cosas que sin la imagen no lograría percibir.

De esta forma, la ilustración se plantea como un lenguaje que complementa lo narrativo, reforzando la emisión del mensaje que se quiere transmitir.



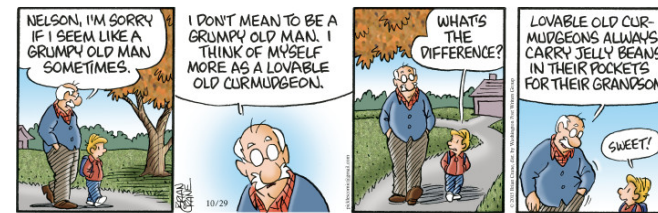
*Ilustrador:
Paul Blow*

LA NARRATIVA GRÁFICA

A partir de la segunda mitad del siglo XX, el progreso de la tecnología fue dejando a la letra en un segundo plano, dando protagonismo a la imagen, que en ocasiones llega a reemplazar al texto en afiches, señales de tránsito y otros.

Surge así la narrativa gráfica, que es un género basado en el uso de la secuencia de imágenes y textos de manera simultánea, para contar una historia o transmitir un mensaje. Se incluyen en este género, entre otros, las historietas, los cómics, el manga y las novelas gráficas.

Eugenio Vega, uno de los referentes contemporáneos del diseño en habla hispana, propone esta definición: “Narrativa visual, narrativa gráfica, son expresiones usadas para definir diversas áreas de la comunicación visual que tienen que ver con el uso de textos e imágenes de una manera conjunta. Esta combinación es propia de la mayoría de las actividades del diseño gráfico que no hace, en realidad, otra cosa que dar forma visual a contenidos verbales y disponerlos en ocasiones con imágenes para comunicar un mensaje más complejo”.



Cómic “The Grumpy Old Man”
Autor:
Brian Crane.

EL LIBRO ILUSTRADO

Los libros ilustrados son aquellos en los que el texto se acompaña de ilustraciones, que reflejan imágenes de la historia que se está narrando. Este tipo de libros abunda en la literatura infantil.

En un libro ilustrado es el texto el que cumple la función narrativa, de forma que las imágenes acompañan al texto, lo apoyan y se supeditan a él. Si bien es cierto que las ilustraciones pueden potenciar y complementar al texto, otorgándole una atmósfera, un tono, un registro, el texto siempre tiene prevalencia y autonomía frente a las imágenes. Es decir, en un libro ilustrado solo existe la lectura textual; si las imágenes se eliminan el texto puede comprenderse perfectamente sin ellas y la historia narrada permanece inalterable.



Libro:
Cien años de soledad.
Editorial:
Literatura
Random House.
Ilustrador:
Luisa Rivera

EL LIBRO ÁLBUM O ÁLBUM ILUSTRADO

Un libro álbum se caracteriza por establecer un diálogo entre texto e imagen, de manera que ambos lenguajes se complementan y relacionan: la imagen no se entiende sin el texto y el texto no se entiende sin la imagen. En ocasiones el lenguaje textual puede tener más peso que el lenguaje visual o viceversa.

Se podría decir que la base del funcionamiento del libro álbum radica en el modo en que texto e imagen interactúan. La combinación entre la expresión literaria y la gráfica consigue que se constituya un género propio.

Al hablar de los libros álbum es preciso tener en cuenta su reciente aparición, ya que su historia como producto editorial formando parte de un género propio comienza aproximadamente entre los años 1970 y 1980, así como su heterogeneidad. Estos factores dificultan su definición y su caracterización, siendo complicado encontrar un concepto aceptado de álbum, así como un vocabulario común para referirse a la interacción entre el texto y las ilustraciones. En el mundo editorial, el álbum es considerado simplemente

un formato de publicación, “usualmente de 24 ó 32 páginas, en el cual la gran mayoría (casi siempre las dobles páginas) contienen ilustraciones” (Silva-Díaz, 2005).

De entre todas las definiciones, la de Van der Linden parece la más apropiada: “el álbum es un soporte de expresión cuya unidad primordial es la doble página, sobre la que se inscriben, de manera interactiva, imágenes y texto. Mantiene una organización libre de la página y una concatenación articulada de página a página. La gran diversidad de sus realizaciones deriva de su modo de organizar libremente texto, imagen y soporte”. Este tipo de libro conforma un sinfín de mundos posibles, en los que se encuentran muchas disciplinas: literatura, ilustración y arte gráfico, diseño o arquitectura de papel. Es esa unión la que favorece el desarrollo de la competencia literaria, el goce estético, el análisis crítico y la sensibilidad.

CATEGORIZACIÓN DEL LIBRO ÁLBUM

En los libros álbum el texto y las ilustraciones son inseparables, ya que las imágenes son narrativas, al igual que el texto. Ellas están secuenciadas en el libro y completan su sentido con lo que narra el texto, del mismo modo que el texto se ve completado por lo que muestran las imágenes. La combinación entre la expresión literaria y la gráfica consigue que se constituya un género propio. Existen varios modos de clasificar los libros álbum. Sophie Van der Linden (2015) los categoriza en tres tipos:

- **Álbum gráfico:** Es primordial la relación entre la imagen y el soporte. Se da prioridad a la percepción visual. Texto e imágenes están superpuestos, concebidos y creados al mismo tiempo que la realización del álbum.

- **Álbum narrativo:** Ofrece una narración encauzada colaborativamente por el texto y por la imagen. Texto e imagen están concebidos por un autor-ilustrador o por un dúo de autor e ilustrador que trabajan para lograr la mejor articulación posible entre texto e imagen.

- **Álbum narrativo:** Ofrece una narración encauzada colaborativamente por el texto y por la imagen. Texto e imagen están concebidos por un autor-ilustrador o por un dúo de autor e ilustrador que trabajan para lograr la mejor articulación posible entre texto e imagen.



*Amor en una caja de cartón.
Autora:
Pilar Serrano
Ilustrador:
David Sierra*

RELACIÓN IMAGEN/TEXTO DEL LIBRO ÁLBUM

En el libro álbum, texto e imagen se complementan y crean un juego de perspectivas, de alusiones meta-artísticas, de mundos posibles, de tal modo que lo convierten, como señala Colomer (1998) en el primer formato de libro infantil que ha incorporado un cierto tipo de ruptura de las técnicas literarias habituales, ofreciendo un producto pluridisciplinar que se ha convertido en uno de los emblemas de lo posmoderno.

En un buen libro álbum, la relación entre texto e imagen debe ser simbiótica, es decir, ambos medios se asocian en un objetivo común beneficiándose cada uno de la información que proporciona el otro, y la verdadera historia es el resultado de su interacción. Es tan importante la imagen narrativa en el libro álbum que este tipo de libro puede existir sin texto pero no sin imágenes (Pelayo, 2006).

Se identifican dos grandes funciones de la imagen en el libro álbum: la de crear el mundo ficcional proporcionando algunos de los elementos que forman parte de la narración (ambiente, personajes, puntos de vista) y la función narrativa de la imagen.

En palabras de Van der Linden (2015), las imágenes no tienen sentido por sí mismas, sino también por el modo en que evolucionan en relación con las demás y por la manera en que están “montadas” sobre el soporte. El paso de página en el álbum forma parte de la composición y le dota de ritmo. Las imágenes evolucionan para obtener un efecto de movimiento. La variación de las formas, sus encadenamientos o los efectos de la progresión en la maquetación orquestan unas secuencias que participan plenamente del relato.

Por ende, la secuencialidad implica la articulación entre imágenes y entre planos, así como la sucesión de imágenes. La página es la unidad básica y, como elemento aislado, se le pueden aplicar todas las leyes de fondo-figura, el marco, el espacio en blanco o la maquetación.

PROYECTO



RELATOS DE NUESTROS MAYORES

QUÉ

Proyecto editorial que ilustra en formato libro álbum las experiencias de vida cotidianas de adultos mayores chilenos, que rompen estereotipos negativos, y se difunde tanto en forma de libro físico como en formato digital.

POR QUÉ

Porque en Chile el edadismo continúa invisibilizado y sigue existiendo una visión negativa sobre los adultos mayores principalmente por parte de los jóvenes, generándose estigmas, estereotipos y actitudes prejuiciosas hacia este grupo etario.

PARA QUÉ

Para reflexionar, romper estereotipos, generar empatía, dar valor y representar al adulto mayor chileno, junto con educar a la población más joven con respecto al envejecimiento.

OBJETIVO GENERAL

Combatir el edadismo a través de la representación ilustrada de relatos reales, cuya temática versa sobre la vida cotidiana de adultos mayores activos en Chile, para poder romper estereotipos negativos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	IOV
<p>1° Crear un espacio digital, donde personas jóvenes puedan manifestar su percepción sobre los adultos mayores y compartir historias positivas que traten sobre ellos.</p>	<p>Publicación en redes sociales que invite a los jóvenes a responder una breve encuesta y a remitir sus relatos vía Google Forms.</p>
<p>2° Aumentar el nivel de conocimiento sobre la heterogeneidad que existe entre los adultos mayores chilenos.</p>	<p>Entrevistas estructuradas a varios adultos mayores.</p>
<p>3° Generar un vínculo de empatía entre las personas jóvenes y los adultos mayores, por medio de historias reales que los muestren bajo un enfoque positivo.</p>	<p>Libro álbum que ilustra experiencias positivas de adultos mayores, narradas por los mismos protagonistas o por jóvenes que las hayan presenciado.</p>
<p>4° Disminuir los prejuicios hacia los adultos mayores, al conocer sus experiencias de vida</p>	<p>Testeo cualitativo del libro álbum digital y del efecto que produce su lectura.</p>

USUARIOS

ADULTO MAYOR AUTOVALENTE

Es un adulto mayor activo, de género masculino o femenino y con más de 65 años de edad. Económicamente independiente, vive solo o en pareja y no requiere de apoyo para sus actividades cotidianas. Le gusta asistir a Clubes del Adulto Mayor, hacer caminatas, comparte con muchas otras personas y no se aísla. Le interesan muchos temas diferentes y se mantiene al día con las novedades. Piensa que aún tiene mucho para aportar a la sociedad y le molesta que lo estigmaticen por su edad, por lo que no se identifica con la discriminación generalizada hacia el adulto mayor y la resiente. La pandemia lo afectó profundamente porque le cuesta soportar el estar encerrado, aislado y dependiente de otros.

PERSONA JOVEN CONSCIENTE

Este joven, de género masculino o femenino, tiene entre 13 y 18 años y está en plena etapa de adolescencia. Estudia Enseñanza Media en un establecimiento municipal o particular subvencionado, vive con sus padres y comparte en forma cercana y frecuente con familiares que son adultos mayores, los cuales a veces viven

bajo el mismo techo. Por ello, conoce acerca de la heterogeneidad y del potencial que hay en los adultos mayores y no cree en los estereotipos asociados al edadismo. Le gusta leer, los deportes y compartir con amigos. Puede ser un agente de cambio.

PERSONA JOVEN DESINFORMADA

Posee características bastante similares al usuario joven mencionado anteriormente. Sin embargo, a este adolescente de Enseñanza Media le gustan los deportes, vive con sus padres y no tiene parientes de más de 65 años que visite frecuentemente, por lo que su contacto con adultos mayores activos es escaso o nulo. Por ello, desconoce el potencial que tienen, no sabe de la existencia del edadismo e inconscientemente realiza actos discriminatorios hacia los adultos mayores.

CONTEXTO

Pandemia COVID-19

Esta pandemia mundial afectó significativamente a toda la población de Chile, en especial y con mayor fuerza a los adultos mayores, quienes por ser los más vulnerables al ataque del virus fueron sometidos a sucesivos confinamientos y aislamiento, separándolos del resto de la población y de sus seres queridos, lo que provocó en ellos menoscabo tanto físico como emocional. En el plano emocional incidieron tanto el temor a infectarse y morir, como la soledad obligada.

Escasas instancias de encuentros intergeneracionales

Antes de la pandemia existieron unos pocos proyectos que tenían intención de promover encuentros intergeneracionales, los cuales debieron suspenderse a causa de las cuarentenas. De hecho, hasta los encuentros familiares que cumplían en cierto grado con este concepto tuvieron que eliminarse, con el fin de proteger a los adultos mayores.

Edadismo en Chile

Durante muchos años el edadismo fue ganando espacios en nuestro país, puesto que estaba invisibilizado en el subconsciente de gran parte de la población. La llegada de la pandemia contribuyó a visibilizar la precaria situación de muchos adultos mayores e hizo tomar conciencia colectiva de la necesidad de enfrentar este grave problema, razón por la cual surgieron proyectos para apoyar al adulto mayor.

Educación para el envejecimiento insuficiente

En los establecimientos escolares no existe material relacionado con el proceso global de envejecimiento, ya que este tema no está incluido en los programas de estudio. Los tópicos tratados en general abordan temas biológicos y no se consideran los temas mentales y emocionales, que son aquellos que favorecen la generación de empatía hacia el adulto mayor, que le permitirían una mejor integración en la sociedad actual.

Brecha tecnológica

La composición actual de la población de adultos mayores en Chile, nacidos antes de 1960, corresponde a individuos pertenecientes a dos generaciones: la “silenciosa” y los “baby boomers”. Debido al intensivo y exponencial desarrollo de la tecnología a partir de los años 80, estas generaciones se caracterizan por ser testigos distantes de todo el proceso de cambio que han generado las nuevas tecnologías, especialmente en el ámbito de la comunicación.

En contraste, los “centennials o generación Z” (nacidos con posterioridad a 1994) crecieron y se criaron con la inmediatez de la información, gracias al uso de la tecnología. La séptima encuesta de acceso, usos y usuarios de internet en Chile, del año 2016, arrojó como resultado que el 62% de los encuestados entre 62 y 75 años nunca han utilizado internet, mientras que entre los jóvenes de 16 y 17 años solamente el 2% nunca ha tenido acceso.

PLAN DE DESARROLLO

Contenido

Como resultado final del proyecto se espera la creación de un libro de bolsillo, enmarcado dentro del área del libro álbum, destinado a brindar una representación visual de las actividades cotidianas de los adultos mayores autovalentes que rompen con los estereotipos negativos que la sociedad tiene sobre ellos. Para conseguir esto, se va a utilizar una metodología colaborativa para compartir vivencias entre los actores claves. Estos relatos estarán narrados tanto desde la propia mirada de los adultos mayores como de los jóvenes conscientes del valor de nuestros mayores.

Formato

El formato impreso adquiere mucho valor para este proyecto, en particular debido a las limitaciones que tienen muchos adultos mayores en relación con el manejo de medios digitales, debido a la brecha digital como ya fue mencionado anteriormente. Dicho lo anterior, el libro impreso no sólo va a conservar el contenido de forma permanente, sino que también posibilita una interacción mucho más personal e íntima con el usuario.

No obstante, teniendo en cuenta los beneficios que la era de la información nos ha otorgado, junto con las características de nuestro tercer usuario clave, es necesario que el libro álbum también esté en formato digital, para facilitar su difusión en páginas webs y redes sociales. De esta manera, el proyecto podrá visibilizar y compartir en forma masiva con mayor facilidad.

Metodología proyectual

En el diagrama de la próxima página se presentan las 3 etapas claves del desarrollo del proyecto, junto con las tareas secundarias realizadas para concretar el producto libro álbum en su totalidad. La primera etapa se realizó completamente durante el seminario, mientras que las etapas 2 y 3 se concretaron en título.

1.- Levantamiento de información

- Aspectos generales sobre el adulto mayor en Chile.
- Aspectos generales sobre el edadismo.
- Encuesta y entrevistas a personas jóvenes y adultos mayores.
- Análisis de la información levantada.
- Estudio de referentes y antecedentes.

2.- Proceso de Diseño

- Definición del carácter del proyecto.
- Definición de la estructura y contenido del relato.
- Storyboard.
- Exploración formal de la gráfica y la narrativa.
- Prototipo y testeo.
- Realización del producto final.

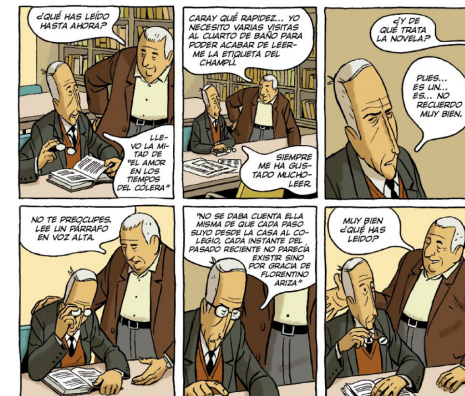
1.- Implementación

- Entrega del libro álbum.
- Financiamiento.
- Proyecciones.

ANTECEDENTES

ARRUGAS

Novela gráfica en formato de historieta creada por el español Paco Roca. La historia tiene de protagonista a Emilio, un antiguo ejecutivo bancario, que es internado en una residencia de ancianos tras padecer una crisis de Alzheimer. En ese lugar, Emilio debe aprender a convivir con sus nuevos compañeros y con los cuidadores del lugar, intentando acomodarse a una rutina diaria con horarios prefijados, a pesar de su enfermedad que le hace tener problemas con la memoria. La obra trata temas delicados de manera sensible e intimista, pero sin dejar de lado el humor.



LAS ABUELAS DAN EL GOLPE

Cómic creado por la guionista española Raquel Franco y la dibujante Cristina Bueno. Esta historieta trata de cuatro ancianas que deciden juntarse para atracar un banco. Durante el transcurso de la trama, se van mostrando distintos flashbacks donde nos explican en profundidad quiénes son estas mujeres y cuáles fueron los motivos que las llevaron a cometer tal delito. Una historia de amistad que mezcla crítica social y humor.



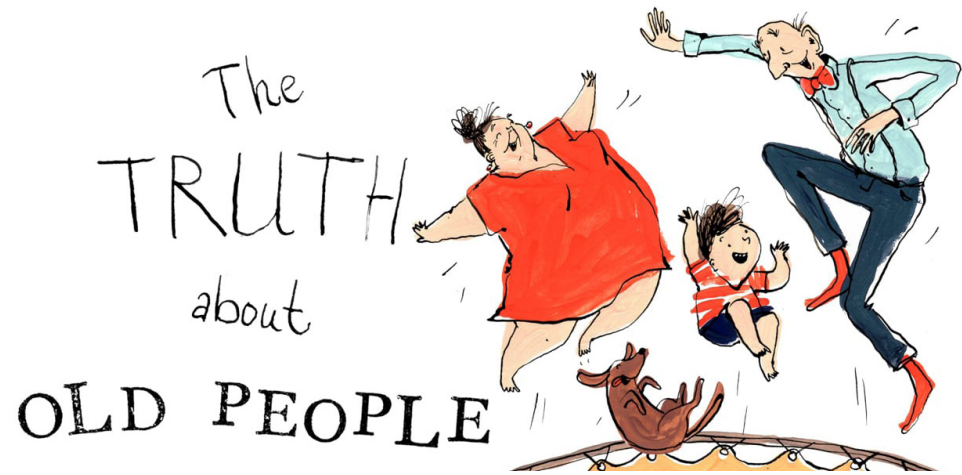
THE TIDE

Libro infantil de la autora Clare Helen Welsh e ilustrado por Ashling Lindsay. Este libro álbum narra de manera cálida los felices momentos de una pequeña niña junto con su abuelo. Tomarse de las manos, pasear por la playa y construir castillos de arena la hacen muy feliz. Sin embargo, ella no entiende porque a veces su abuelo se olvida de las cosas, por lo que su madre le explica que la memoria de su abuelo es como la marea. Una historia simple, pero al mismo tiempo cautivadora.



THE TRUTH ABOUT OLD PEOPLE

Libro álbum infantil escrito e ilustrado por la ucraniana Elina Ellis. Un libro con una trama simple cuyos protagonistas son una pareja de adultos mayores que pasan tiempo de diversión con su nieto. El mensaje clave de este libro es que la edad que tienes no influye en lo increíble que puedes llegar a ser. Una historia encantadora y divertida que hace tributo a los abuelos y a los adultos mayores.



REFERENTES

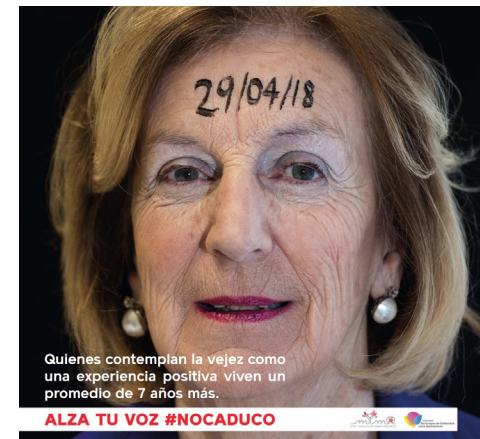
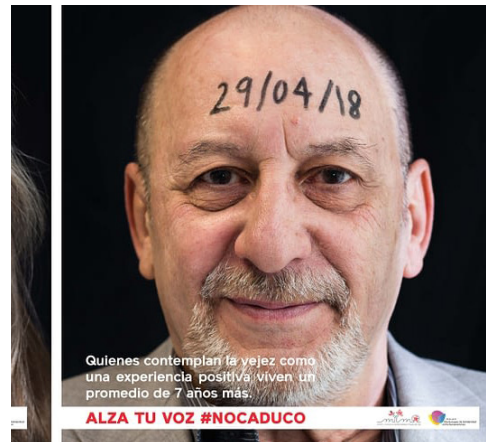
#SeMasViejo

Referente proveniente del mundo de la moda. Esta fue una campaña publicitaria de la marca Adolfo Domínguez que apunta a la sustentabilidad. Una campaña clásica, sobria, que ensalza la sabiduría que aporta la edad en un mundo donde “solo importa lo nuevo, lo que acaba de salir”. La firma invita a pensar como adultos mayores al momento de comprar, ya que ellos saben que no todo lo nuevo es necesariamente mejor y que es mejor saber de estilo que de modas.



#NoCaduco

Referente proveniente del mundo laboral. Esta fue una iniciativa española organizada por Mymo, que apuesta por el talento sénior. Una campaña social que lucha contra la discriminación por edad en el ámbito laboral. Se busca el diálogo intergeneracional como la base para la sociedad del futuro y para evidenciar que el edadismo nos afecta a todos.



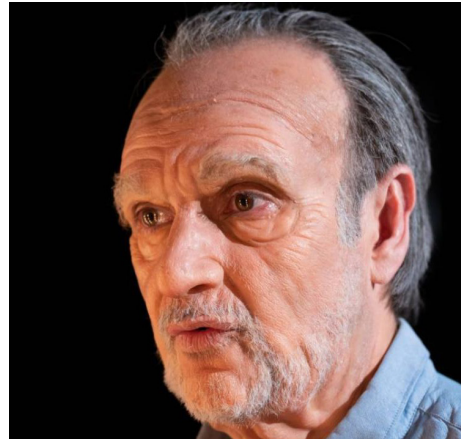
CONFIESO QUE HE VIVIDO

Referente nacional que viene del mundo de las letras. Consiste en un concurso literario organizado por el SENAMA, que busca activar a los adultos mayores mediante la escritura de un relato autobiográfico original e inédito, con el fin de acercar las experiencias vividas a gente más joven.



LO VIEJO ES TU FORMA DE MIRARNOS

Referente nacional que viene del mundo televisivo. Consiste en una campaña social realizada por el canal de TV abierto Mega y patrocinada por Senior Suites. #MiCausaMiMega busca acabar con los estereotipos y prejuicios hacia la vejez, visibilizando y valorando a los adultos mayores como sabios y expertos de la vida. Invita a cambiar la mirada de las personas respecto a la vejez a través de contenidos audiovisuales que son subidos a diversas plataformas.



LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

SELECCIÓN DE TEMÁTICAS

Un punto importante en este proyecto es que se pueda mostrar diferentes comportamientos que ratifiquen la diversidad y heterogeneidad al interior de la población de adultos mayores, para derribar los posibles estereotipos existentes. Teniendo eso claro, surgió la duda de cuales son actualmente los estereotipos más comunes por parte de los adolescentes chilenos.

En la etapa de investigación, no se encontró ningún estudio reciente hecho en Chile que tratara sobre la mirada de los adolescentes chilenos hacia la vejez. La publicación más cercana que se halló del tema se llama: La vejez desde la mirada de los jóvenes chilenos: estudio exploratorio. Esta investigación fue realizada por académicos de la Universidad de Chile el año 2007 y centraron su estudio en un ámbito universitario. Claramente, ya han pasado más de 10 años desde que se desarrolló esta investigación, por lo que los resultados no sirven en la actualidad. Sin embargo, eso no significa que no se pueda rescatar la metodología que utilizaron.

Los académicos utilizaron una prueba de tipo diferencial semántico (Osgood et al, 1997) para registrar y conocer las distinciones que los jóvenes le dan a la vejez. Este método resulta bastante útil para generar estudios que se basan en comunicaciones. El instrumento que utilizaron estuvo compuesto por una serie de pares de adjetivos que proporcionan atribuciones sobre la vejez. A continuación, estos pares son:

- Independiente / Dependiente
- Productivo / Dependiente
- Saludable / Enfermizo
- Tolerante / Intolerante
- Eficiente / Ineficiente
- Resistente / Frágil
- Progresista / Conservador
- Ciudadano activo / Ciudadano pasivo
- Protegido / Desamparado
- Sexualmente activo / Sexualmente no-activo
- Hábil / Torpe
- Integrado / Marginado
- Confiado / Desconfiado
- No conflictivo / Conflictivo
- Sociable / Retaido
- Valorado / Desvalorado

A partir de esto, se diseñó una encuesta en formulario Google Forms, dirigida a las personas jóvenes y distribuida a través de las redes sociales, para validar si los resultados del estudio seguían vigentes y así obtener las temáticas para los relatos. La encuesta en primer lugar presentaba un breve resumen del proyecto para contextualizar a la persona. Luego se solicitó el género, la edad y la región de proveniencia. Acto seguido, se mostraron los pares de adjetivos opuestos en una escala lineal de 5 en la cual los encuestados debían seleccionar un polo a partir de su opinión personal. Y para finalizar, se agregó un espacio opcional de 500 palabras para que el encuestado pueda relatar sus experiencias positivas con los adultos mayores.

ALCANCE

Fueron un total de 72 personas las que contestaron la encuesta online a las 2 semanas de haberse publicado el link del formulario de Google Forms en redes sociales. Lamentablemente, no muchos encuestados rellenaron la casilla de texto que se encontraba al final de la encuesta. En su totalidad, se recibieron solamente 17 relatos sobre adultos mayores.

Los resultados de la encuesta permitieron ratificar los 12 focos o aspectos más negativos asociados a la imagen colectiva del adulto mayor, que se debe contrastar o desmentir con experiencias positivas a través de los relatos. Cabe recalcar que de los 16 pares de adjetivos, sólo 4 tuvieron una tendencia al polo positivo. Estos adjetivos son: sociable, hábil, no conflictivo y eficiente.

OBTENCIÓN Y SELECCIÓN DE HISTORIAS

Una vez definidos los temas que se deben abordar en el contenido, se procedió a recopilar relatos. Se parte de la base de que para cada estereotipo a derribar o mito incluido en la selección de contenidos, se debe tener en contraposición un relato.

Las primeras fuentes de relatos corresponden a las historias que eventualmente fueron adjuntadas a la respuesta de la encuesta enviada a las personas jóvenes a través de Google Form y los relatos de adultos mayores obtenidos en la etapa de levantamiento de información.

Estas historias se ordenaron por temas y se hizo un levantamiento de las temáticas no cubiertas. Para conseguir los relatos que faltaban se recurrió a las redes de contactos y una vez identificados adultos mayores que cumplían el requisito, se procedió a contactarlos, con una entrevista no presencial estructurada, para obtener el contenido de las historias.

Para la selección definitiva de los relatos del libro, uno por tema, se consideraron algunos criterios complementarios como el propiciar el equilibrio (igualdad de número) en los siguientes aspectos: género del protagonista y rango etéreo del autor del relato, para favorecer la dinámica de la lectura y evitar sesgos en los temas tratados.

Al tener narraciones equilibradas de adultos mayores y de jóvenes, se favorece una relación intergeneracional, a pesar de que el contacto no es presencial. El joven podrá conocer una nueva perspectiva del envejecimiento activo, mientras que el adulto mayor podrá reforzar su autoestima al ver que hay personas jóvenes que validan sus capacidades y perciben su potencial.



*Fotografías de
adultos mayores
entrevistados.*

PROCESO DE DISEÑO

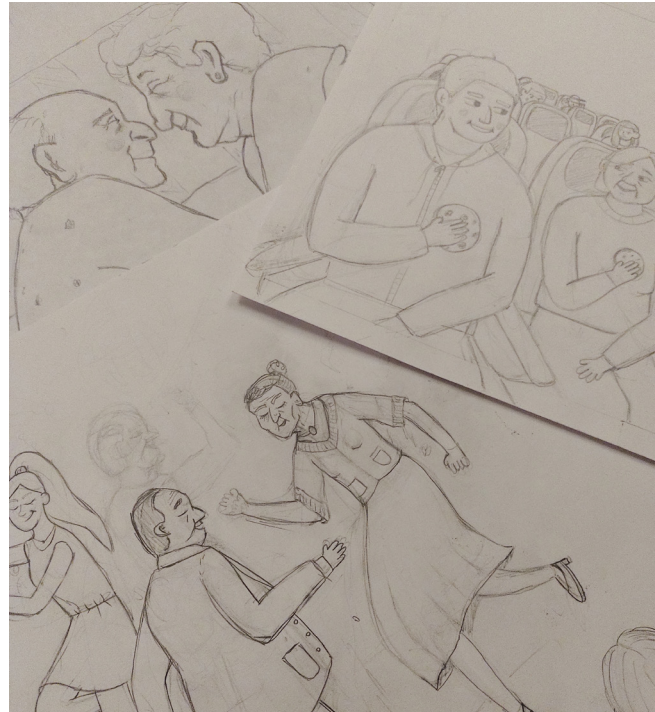
CARÁCTER DEL PROYECTO

En una etapa temprana, la propuesta era visibilizar los aspectos negativos del edadismo, para concientizar al lector de la discriminación que experimenta el adulto mayor en su diario vivir y como se ve afectada su calidad de vida y su autoestima.

Durante el desarrollo del seminario y a sugerencia del profesor guía hubo un giro en el enfoque, en el sentido de elaborar un producto más positivo y atractivo, que motivara a las personas jóvenes a saber más acerca de los adultos mayores, sin sentirse agobiados por sus problemas y evitando que permanecieran con una carga emocional negativa.

Esto condujo a pensar de qué manera se podía tratar cada tema discriminatorio y/o estereotipo en forma entretenida, invitando a establecer cercanía, y se concluyó que la mejor manera era con relatos cortos livianos y divertidos, que mostraran actitudes y situaciones reales de los adultos mayores que confrontan y en consecuencia van derribando los estereotipos.

Con este enfoque positivo se ve más favorecido un cambio de actitud en la forma de visualizar a los adultos mayores, por parte de las personas jóvenes.



FORMULACIÓN DEL RELATO

Una vez que las temáticas que va a incluir el libro álbum están definidas y las historias correspondientes seleccionadas, se procede con la construcción de los relatos, para que en una etapa posterior se realicen las ilustraciones que complementan la narración.

En etapas tempranas, se descartó la creación de un personaje principal que apareciera en todos los relatos, para poder tener de tener un espectro variado de las distintas capacidades de los adultos mayores. Un personaje único debería ser una especie de superman y se perdería credibilidad, en lugar de propiciar un acercamiento. También se desestimó, por razones similares, el uso de una narración lineal para todo el libro, pues para contrastar un gran número de estereotipos y prejuicios sobre los adultos mayores, la narración terminaría siendo fantástica y poco creíble.

Se optó por narración en primera persona, para generar una mayor cercanía con el lector. Además, al tener distintos autores narrando sobre variadas capacidades para atacar los estereotipos, se dinamiza la lectura del libro, aumenta la credibilidad y permite conocer distintas realidades y contextos.

En esta etapa se definió la longitud de los relatos y su estructura: introducción, desarrollo y desenlace, para estandarizarlos en cierta medida como parte de un producto final.

Estructura del libro álbum

A grandes rasgos, se parte con el logo del proyecto y una breve introducción, para contextualizar el contenido. La dinámica de presentación de las historias considera partir con las primeras 5 historias escritas por adultos mayores y en la sexta se alcanza el clímax, pues aparece un agente externo joven interactuando con el adulto mayor, para dar paso a los 6 relatos escritos por personas jóvenes. La última historia o desenlace corresponde a un trabajo conjunto intergeneracional, uniendo fuerzas.

FORMATO

En este tópico hay que considerar que el libro físico, destinado a los adultos mayores, es el que impone más restricciones.

Después de analizar diferentes alternativas de formato físico, se concluyó que el más adecuado era del tipo libro de bolsillo, dado que el usuario a quien está destinado tiene más familiaridad con este formato por uso y costumbre, es más ergonómico y no representa dificultades para leerlo.

El tamaño escogido fue media carta y cada uno de los relatos irá contenido en una doble página.



ESTILO GRÁFICO

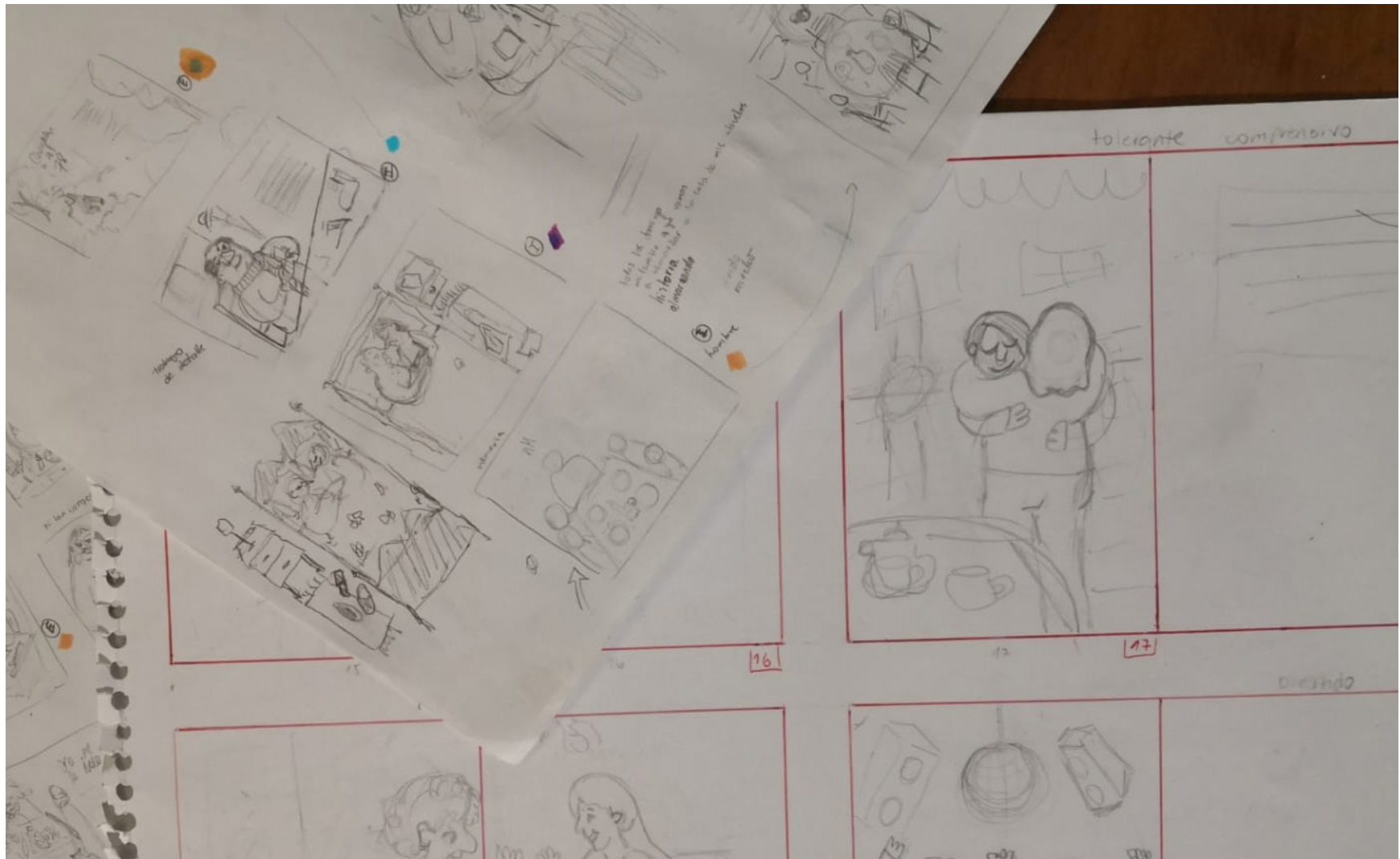
Mediante experimentación se seleccionaron características comunes para todas las ilustraciones, que den como resultado un todo coherente.

En el estilo gráfico se hizo una exploración anatómica y de rasgos faciales de los adultos mayores para obtener una buena caracterización. Se estudiaron diversas alternativas y se optó por emplear figuras cercanas a la realidad, que no crearan suspicacias ni disgusto en los adultos mayores, con cierta estilización alejada de la caricaturización, que resultara atractiva para las personas jóvenes. También se consideró usar representaciones diferentes en cada relato, para acentuar la heterogeneidad existente entre los adultos mayores.

Para la ilustración se define que existirá una relación de simetría, en la que texto e ilustración cuentan lo mismo.



STORYBOARD



ELECCIÓN TIPOGRÁFICA Y PALETA DE COLORES

TIPOGRAFÍA

Para la composición del texto en el libro álbum, se necesitaba una tipografía de fácil lectura ya que varios adultos mayores tienen problemas a la vista. Por eso, se decidió utilizar la tipografía Montserrat, ya que es sans serif y su estructura va bien con el lenguaje gráfico de las ilustraciones.

Para los títulos de los relatos se utilizó la versión bold de Montserrat, y para el cuerpo del texto se usó el estilo regular.

Montserrat

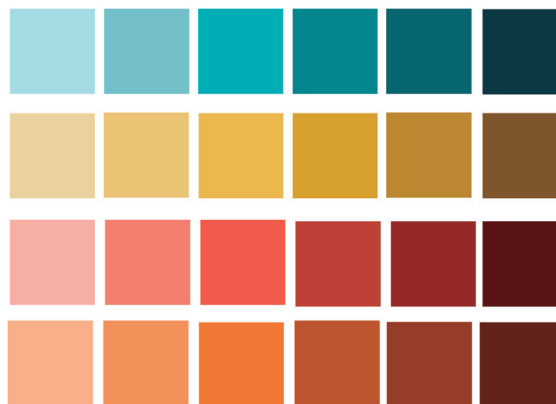
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Montserrat

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

PALETA DE COLOR

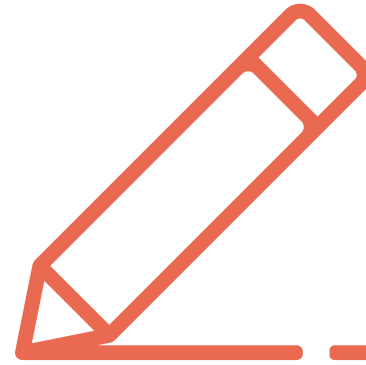
Al inicio del proyecto, se había propuesto el uso de 2 colores junto con el blanco y el negro. Pero avanzado el proyecto, se decidió utilizar una gama de colores cálida y diversa para que se pudiera expresar de mejor manera al adulto mayor.



NAMING Y LOGO

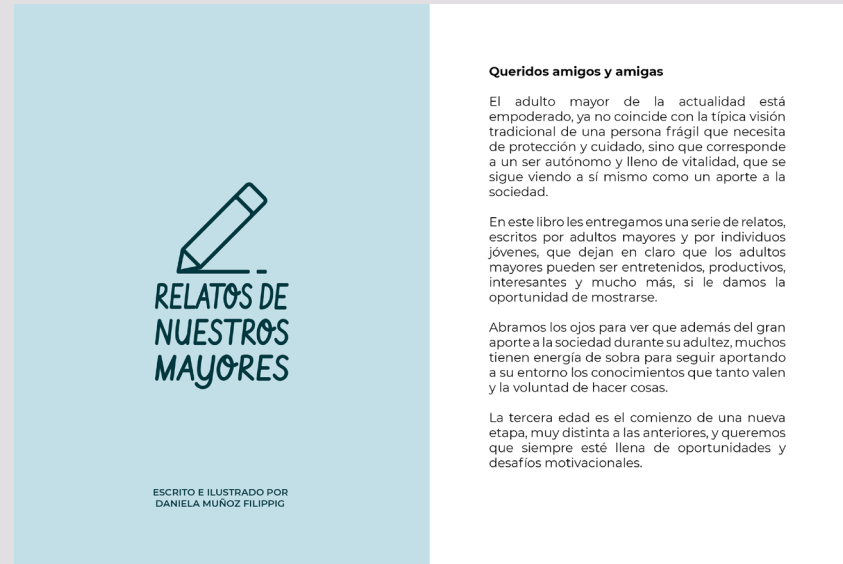
Dicho lo anterior, el nombre escogido para el proyecto fue “Relatos de nuestros mayores”. Es simple y directo, es de fácil distribución y de muy fácil entendimiento para los usuarios objetivo.

No se usó un nombre de fantasía para evitar interpretaciones y/o equívocos.



RELATOS DE
NUESTROS
MAYORES

**PRODUCTO
FINAL**



Queridos amigos y amigas

El adulto mayor de la actualidad está empoderado, ya no coincide con la típica visión tradicional de una persona frágil que necesita de protección y cuidado, sino que corresponde a un ser autónomo y lleno de vitalidad, que se sigue viendo a sí mismo como un aporte a la sociedad.

En este libro les entregamos una serie de relatos, escritos por adultos mayores y por individuos jóvenes, que dejan en claro que los adultos mayores pueden ser entretenidos, productivos, interesantes y mucho más, si le damos la oportunidad de mostrarse.

Abramos los ojos para ver que además del gran aporte a la sociedad durante su adultez, muchos tienen energía de sobra para seguir aportando a su entorno los conocimientos que tanto valen y la voluntad de hacer cosas.

La tercera edad es el comienzo de una nueva etapa, muy distinta a las anteriores, y queremos que siempre esté llena de oportunidades y desafíos motivacionales.

¡YO ME LA PUEDO!

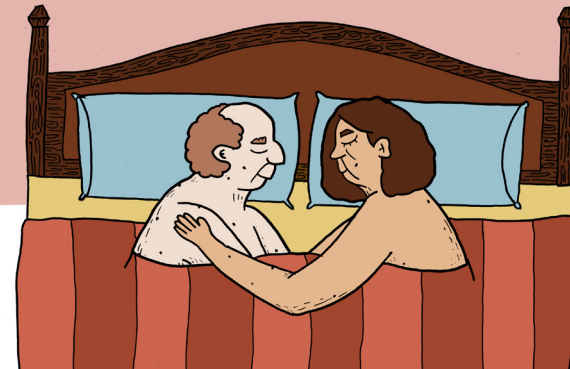
El otro día mi hijo me propuso vivir con él ya que estaba preocupado porque vivo sola y ya tengo 83 años. Entiendo su temor, pero al mismo tiempo él me debe comprender. Me gusta vivir sola y no depender de los demás. Cocino, limpio, voy al médico, realizo talleres en la municipalidad, hago tai chi, pero lo más divertido para mí es ir de compras. Nada como una salida con mi carro regalón para despejar la mente. Muchas veces no compro nada, pero me entretengo observando y conversando con mis amistades del lugar. Esos son los momentos que más valoro y me hacen feliz.



VOLVER A COQUETEAR

Mi esposa y yo llevamos más de 50 años casados, pero el año pasado tuvimos una gran discusión que nos tuvo separados por un año. Hace poco nos reconciamos y volvimos a estar juntos. Al principio pensábamos que todo estaba bien, pero algo ya no era lo mismo. Sentíamos que

estábamos juntos simplemente para acompañarnos, no para amarnos. Es por eso que durante meses asistimos a una terapia de pareja que nos ayudó a mostrarnos el uno al otro, a resolver diferencias y a aceptar nuestros cuerpos envejecidos. Con el conflicto ya superado volvió la atracción, los juegos y las caricias en la intimidad que tanto deseábamos.





SIN FECHA DE VENCIMIENTO

Los que me conocen siempre me han llamado trabajólico, pero yo prefiero decir que soy un apasionado por lo que hago. Siempre me ha gustado mantener activa la mente realizando trabajos de investigación, proyectos sociales, seminarios, etc. Por ello, se generó un vacío en mí y una gran sensación de incertidumbre cuando me despidieron injustamente a los 65 años. ¿La razón? Según ellos expiré y ya no era de utilidad. Tal explicación fue una vil mentira, pero gracias a Dios sigo teniendo una mente lúcida que me permite seguir trabajando de manera independiente



BELLA POR SIEMPRE

Yo siempre he sido bonita y me he cuidado desde chica. Nunca salgo de mi casa sin primero arreglarme un poco. Siempre digna antes de salir. Hay veces que me siento mal y no quiero salir de mi casa, pero aún así me gusta colocarme un poquito de maquillaje para sentirme mejor. Mis amigas me consideran un poco pretenciosa, y no puedo negar que lo soy. Mi cuerpo es una reliquia preciada que hay que cuidarla. El hecho de que ya no sea joven no significa que me voy a despreocupar de mi apariencia. La belleza no tiene edad.



CAMPEÓN A LOS 78

A lo largo de toda mi vida el deporte nunca estuvo tan presente como ahora. Trabajé sentado en una oficina por años, lo que hizo que mi cuerpo se sintiera pesado y débil. Ya cuando me jubilé sentí temor por mi salud, debía generar un cambio. Es así como me propuse

subir caminando el cerro que hay cerca de mi casa todos los días, para mejorar mi condición física. Mi familia pensaba que iba a ser algo pasajero, decían que estaba loco, que me iba a romper entero, pero ya llevo años divirtiéndome en el cerro y debo decir que me siento mejor que nunca.



SIEMPRE A LA MODA

Desde muy joven siempre he tenido un gran interés por la moda. No le pongo atención a las tendencias, sino que utilizo la ropa que representa de mejor manera mi personalidad. Me gusta la ropa colorida, brillante, llamativa y cómoda. El otro día, cuando estaba caminando por la calle, se me acercó una jovencita y elogió

mi atuendo. Quedé sorprendida, eso casi nunca me pasa. La mayoría de las veces solamente recibía miradas prejuiciosas y risas de poca importancia, pero ese pequeño elogio me sacó una sonrisa. Esos son los momentos en que puedo afirmar que no hay edad para la moda.



AMIGA PASAJERA

Estaba viajando en bus de Concepción a Santiago para ver a mi familia. Eran las siete de la tarde cuando de repente el bus quedó en pana. Estaba muy ansioso, mi pierna no dejaba de temblar. De la nada, se asomó la señora mayor que estaba sentada al lado mio y con una sonrisa me ofreció una galleta. La acepté y es así como empezamos a conversar. Quedé sorprendido de la fluidez con que se expresaba, sus historias eran divertidas y cautivadoras. Dos horas de plática fueron las necesarias para ponernos en marcha, pero solo tomó un gesto para calmar mi alma.



NI TAN CONSERVADORA

Mi abuela me cuidó cuando mi verdadera madre me abandonó siendo yo tan solo un bebé. Yo la amo muchísimo. Sin embargo, cuando llegué a la adolescencia y empecé a explorar mi sexualidad me surgió una inquietud. Mi abuela es bastante conservadora con algunos temas y no mira de buena forma las parejas poco convencionales. Un día empecé a pololear con alguien y ella nos pilló hablando por celular y me preguntó cuando lo conocería. Tenía miedo pero había llegado el momento. Me senté con ella a tomar el te y le dije que era lesbiana. Me miró, sonrió, me abrazó fuertemente y me dijo: "siempre te amaré sin importar con quien estés".



CENTRO DE MESA

Todos los domingos mi familia y yo vamos a la casa de mis abuelos a almorzar. Es un día muy especial para mí, ya que puedo compartir mucho con ellos. Mi abuela siempre me tiene algún dulce especial y mi abuelo siempre tiene alguna historia emocionante que contar. Cuando todos nos sentamos a la mesa a comer, él es quien siempre hace que el entorno brille. Él es el mejor contador de cuentos que he conocido en mi vida.



EL ALMA DE LA FIESTA

El año pasado mi pololo me invitó al matrimonio de una prima. Estaba nerviosa ya que era la primera vez que iba a conocer a toda su familia. Llegó el gran día y se celebró sin ningún problema la boda. Terminada esta, comenzó

rápida-mente la fiesta. Cuando vi la pista de baile lo primero que me llamó la atención fueron los abuelos de mi pololo. Bailaban increíble a pesar de tener unos 75 años. Tenían buen ritmo, eran ágiles y sorprendentemente eran bastante versátiles; bailaban desde vals hasta reggaeton. Quién diría que unos abuelos iban a ser tan divertidos.

ZAPATERO A TUS ZAPATOS

Cuando mi abuelo se jubiló me percaté de inmediato que siempre estaba aburrido en casa. Un día encontré en la bodega una vieja máquina de coser y me acordé de las historias que él me contaba cuando trabajaba en una fábrica de zapatos. Ahí fue cuando se me ocurrió una idea. Le propuse crear juntos un emprendimiento de diseño de calzado. Sus ojos brillaron y salió disparado a comprar las herramientas que faltaban para ponerse a trabajar. Cortar, coser, lijar, unir, forrar, se acordaba de todo el procedimiento a la perfección. Admiro lo hábil que es, respeto mucho su trabajo, pero sobre todo, estoy orgullosa de ser su nieta.



UNIENDO FUERZAS

Mis amigos y yo fuimos a una marcha pacífica cerca de donde vivimos. Cuando estábamos por la mitad del camino nos encontramos a un grupo de adultos mayores ofreciendo agua y con pancartas que decían: "gracias jóvenes".

Verlos manifestándose y alzando su voz nos emocionó a todos. Muy pocas veces podemos interactuar de esta manera con ellos, así que hay que aprovechar estos momentos al máximo. Me acerqué a cada uno de ellos y les di un gran abrazo. Ese cariño me dio fuerzas para seguir cantando, caminando y saltando por ellos.



SIEMPRE A LA MODA

Desde muy joven siempre he tenido un gran interés por la moda. No le ponía atención a las tendencias, sino que utilizo la ropa que resalta mejor mi personalidad, sea colorida, brillante, llamativa y así día, cuando estaba caminando me acordé de una jovencita y elogio

mi atuendo. Quedé sorprendida, eso casi nunca me pasa. La mayoría de las veces solamente recibía miradas, prejuiciosas y risas de poca importancia, pero ese pequeño elogio me sacó una sonrisa. Esos son los momentos en que puedo afirmar que no hay edad para la moda.

Tanto la versión digital como la física del libro álbum constan de 12 ilustraciones. La versión física posee 32 páginas y fue impresa a tinta de color sobre papel couche opaco de 300 gramos.

Las copias físicas que se imprimieron no fueron muchas debido a la falta de presupuesto, sin embargo, ningún adulto mayor que participó en este proyecto se quedó sin su ejemplar.

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

POTENCIAL DE APLICACIÓN POST-PANDEMIA

Se estima que una vez levantadas las restricciones de movilidad y de interacción de los adultos mayores en Chile, que se vienen aplicando desde marzo de 2020 producto de la pandemia Covid-19, se podría proyectar los “Relatos de Nuestros Mayores” como una herramienta activa y masiva para visibilizar al adulto mayor e ir contribuyendo a eliminar el edadismo en nuestra sociedad.

Como el segmento objetivo es el público adolescente y es necesario generar en ellos la motivación de saber más sobre los adultos mayores, con el fin de generar empatía con ellos, y dado que este proceso no está asociado a beneficios económicos inmediatos, sería ideal que la estrategia de masificación se centrara en organismos estatales como el SENAMA (Servicio Nacional del Adulto Mayor) y el MINEDUC (Ministerio de Educación). En su defecto, también podría liderar el uso de esta herramienta alguna institución privada o fundación de apoyo al adulto mayor.

La intervención de los organismos estatales sería relevante para la etapa de recopilación de relatos, por ejemplo, a través de clubes de adultos mayores y alumnos de Enseñanza Media de establecimientos educacionales dependientes de las municipalidades. La posterior difusión de los libros-álbum también estaría favorecida por la participación de estos organismos transversales. La propuesta de uso futuro del proyecto, se centra en establecer un programa de aplicación recursivo del ciclo “Relatos de Nuestros Mayores”, en distintas regiones geográficas y sectores, para ir extendiendo la zona de intervención del sector juvenil, logrando generar empatía hacia los adultos mayores de su entorno.

El ciclo propuesto consta de las siguientes etapas:

1 Selección de uno o más clubes o grupos de adultos mayores activos, que reúnan treinta personas o más.

2 Explicar a los integrantes de los clubes o grupos en que consiste la iniciativa “Relatos de Nuestros Mayores” y solicitarles que en forma individual escriban un relato corto sobre alguna actividad entretenida que hayan realizado o alguna experiencia reciente de vida que haya sido significativa. Para motivarlos se les debe informar que con los 6 mejores relatos se va a preparar un libro-álbum y que a cada uno de los seleccionados se le entregará 5 ejemplares del libro, para regalar entre sus familiares y/o amigos.

3 De entre los relatos recibidos, se escogen 6 que representen situaciones diferentes, capaces de generar empatía entre los jóvenes.

4 En paralelo, en los cursos de enseñanza media de algún establecimiento del sector se difunde la iniciativa “Relatos de Nuestros Mayores”, solicitando a los estudiantes que escriban un relato corto, sobre alguna situación en que un adulto mayor cercano los haya sorprendido positivamente.

5 Nuevamente se seleccionan 6 relatos de entre los recibidos.

6 Con los 12 relatos escogidos se prepara un libro-álbum en dos formatos, uno físico y el otro digital. Este proceso requiere editar el contenido de los relatos e ilustrar cada uno de ellos en colores, para posteriormente imprimir un cierto número de ejemplares del libro-álbum en formato físico.

7 El libro-álbum en formato físico se distribuye principalmente en los clubes y organizaciones de adultos mayores y en las bibliotecas de los establecimientos

educacionales del sector. También se envían ejemplares a las bibliotecas de las agrupaciones de adultos mayores de otras comunas y regiones, sin olvidar los 5 ejemplares para los adultos mayores autores de cada uno de los 6 relatos escogidos.

8

Por su parte, la versión digital se distribuye hacia los estudiantes de los cursos de enseñanza media de los establecimientos del sector y a centros juveniles cercanos. También se archiva la versión digital de “Relatos de Nuestros Mayores” de este ciclo en el sitio web del SENAMA, en una o más biblioteca(s) digital(es) de acceso público y se distribuye por redes sociales, de acuerdo con la definición de la institución patrocinante.

Este ciclo se podría repetir cada 3 meses, en otro sector o comuna, de manera de ir cubriendo una mayor población de adultos mayores y jóvenes estudiantes.

Si se logra involucrar organizaciones como el SENAMA y el MINEDUC, junto con municipalidades que tengan una alta proporción de adultos mayores activos, la aplicación sistemática y continua del ciclo “Relatos de Nuestros Mayores”, podría ir ampliando la población objetivo a la que se le haga llegar este mensaje, logrando generar empatía en los adolescentes para ir eliminando el edadismo en nuestro país.

Para masificar la distribución de la serie de libros-álbum “Relatos de Nuestros Mayores”, cada ejemplar físico y digital debería tener en su contratapa el listado de los sitios web de las bibliotecas comprometidas con el proceso de incorporación de los adultos mayores en nuestra sociedad, en las que es posible acceder a todos los libros-álbum, de modo que los lectores interesados tengan un fácil acceso digital a todos los ejemplares.

Este ciclo se podría repetir cada 3 meses, en otro sector o comuna, de manera de ir cubriendo una mayor población de adultos mayores y jóvenes estudiantes.

Si se logra involucrar organizaciones como el SENAMA y el MINEDUC, junto con municipalidades que tengan una alta proporción de adultos mayores activos, la aplicación sistemática y continua del ciclo “Relatos de Nuestros Mayores”, podría ir ampliando la población objetivo a la que se le haga llegar este mensaje, logrando generar empatía en los adolescentes para ir eliminando el edadismo en nuestro país.

Para masificar la distribución de la serie de libros-álbum “Relatos de Nuestros Mayores”, cada ejemplar físico y digital debería tener en su contratapa el listado de los sitios web de las bibliotecas comprometidas con el proceso de incorporación de los adultos mayores en nuestra sociedad, en las que es posible acceder a todos los libros-álbum, de modo que los lectores interesados tengan un fácil acceso digital a todos los ejemplares.

COSTOS

COSTO POR CICLO DE “RELATOS DE NUESTROS MAYORES”

Para estimar el costo de desarrollo de un ciclo de “Relatos de Nuestros Mayores”, que corresponde a un libro-álbum en formatos físico y digital, que contiene 12 relatos con una estructura básica que ya está definida como producto de este proyecto, se estiman los siguientes costos por etapa:

- **Difusión de la iniciativa en centros de adultos mayores y colegios:** esto requiere de algunas horas de apoyo de un(a) periodista, para motivar la elaboración de historias por parte de adultos mayores y adolescentes.

- **Diseño y elaboración de contenidos:** incluye la selección del contenido correspondiente a las historias de vida que se van a incorporar en el libro-álbum, la edición del texto y la ilustración, sobre la base del modelo entregado por este proyecto. Para realizar este trabajo se requiere del apoyo de un(a) periodista con dedicación parcial y de un(a) ilustrador(a).

El costo asociado al trabajo de ilustración se estima sobre la base de tarifas consultadas en la web. Se considera un costo de \$60.000 por cada una de las 12 ilustraciones de relatos y de \$100.000 por el diseño de la tapa. Con esto, el costo asociado a la ilustración es de \$820.000 por ciclo.

- **Impresión de los ejemplares físicos del libro-álbum:** para el desarrollo del producto físico de un ciclo de “Relatos de Nuestros Mayores”, considerando la inclusión de 12 historias de vida impresas según las siguientes especificaciones: 32 páginas (16 hojas), impresas 4/4 colores, en papel couche opaco de 130 gramos, tapa 4/4 colores en papel couche de 300 gramos, encuadernación PUR, se tienen los siguientes valores unitarios, sin IVA, para distintos tirajes (según cotización de Imprenta MORIS).

500 ejemplares	—————	\$1,250 por ejemplar
1000 ejemplares	—————	\$ 890 por ejemplar
2000 ejemplares	—————	\$ 720 por ejemplar

Considerando un tiraje inicial de 1000 ejemplares, el costo total, con IVA, es de \$ 1.059.100.



**IMPRESA
MORIS**
SERVICIOS GRAFICOS MORIS LIMITADA
IMPRESA
ALDUNATE 1645 - SANTIAGO - SANTIAGO
FONO : 225559502

77564260-2

COTIZACION

N° 12568

20 DE JULIO DEL 2021

NOMBRE : DANIELA MUÑOZ	RUT : 18446680-5
DIRECCION : -	CIUDAD : SANTIAGO
COMUNA : SANTIAGO	
GIRO : OTRO	
VENDEDOR : LUIS MORIS	F. PAGO : CONTADO
CONTACTO : DANIELA MUÑOZ	FONO : -
EMAIL : dfmunoz2@uc.cl	VENCTO : 20-07-2021
MONEDA : PESO	PARIDAD : 1

#	CODIGO	DETALLE	CANT.	P. UNIT.	D/R	TOTAL
1	0004	LIBROS	500	1250	0	625.000
2	5000	LIBROS	1000	890	0	890.000
3	2000	LIBROS	2000	720	0	1.440.000
		32 PAGINAS(16 HOJAS) , IMPRESAS 4/4 COLORES, EN PAPEL COUCHE OPACO DE 130 GRS. TAPA 4/4 COLORES, EN PAPEL COUCHE DE 300 GRS. ENCUADERNACION PUR.				
SON: TRES MILLONES QUINIENTOS DIECISEIS MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA			SUBTOTAL			2.955.000
			DESCUENTO GLOBAL	-		0
			RECARGO GLOBAL	+		0
			AFECTO	=		2.955.000
			EXENTO			0
			EVA	+		561.450
			OTROS IMPUESTOS	+		
			TOTAL	=		3.516.450

Documento Generado por el sistema FlexERP - visitenos en www.flexerp.cl

1/1

- **Difusión y distribución:** para la difusión y distribución digital del libro álbum, se requiere de un(a) periodista con dedicación parcial. El costo de distribución de los 1000 ejemplares físicos dependerá de las situaciones de localización particulares y no se incluyen en este análisis. En definitiva, se estima que para cada ciclo se requiere un(a) periodista part-time trabajando aproximadamente un mes y medio, con un costo de \$1.200.000. Con esto, el costo estimado por ciclo es de \$3.079.100.

ITEM COSTO	\$/CICLO
Periodista de apoyo	1.200.000
Ilustrador	820.000
Imprenta	1.059.100
Total	3.079.100

CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN

Se concluye que este proyecto permitió desarrollar una buena herramienta para visibilizar realidades de adultos mayores, demostrando que el rol del diseño dentro de la sociedad permite generar una articulación para enfrentar graves problemas sociales como el edadismo.

Los objetivos propuestos inicialmente para el proyecto tuvieron que ser modificados a lo largo del desarrollo, por efecto de la pandemia Covid-19. Casi recién iniciado el proyecto se decretó el aislamiento de los adultos mayores y posterior cuarentena, pero todos pensaban que el segundo semestre de 2020 se volvería a la normalidad y se podría desarrollar una interacción normal. A la fecha y ya transcurrido un año y medio, la situación aún no se normaliza a nivel país.

A pesar de indicado en el párrafo anterior, se vislumbra un gran potencial de aplicación futura para el proyecto, como herramienta de apoyo para enfrentar el edadismo a nivel de organizaciones estatales. Esto pues la pandemia visibilizó la realidad del adulto mayor y quedan muchas tareas pendientes. Es por eso que se

incluye en la memoria una propuesta para aplicación del proyecto a nivel país, para una etapa post-pandemia.

En relación con el Taller de Titulación, es una excelente instancia para consolidar todo el aprendizaje adquirido a través de la carrera de Diseño, al desarrollar un proyecto completo con todos sus aspectos y aristas. En mi caso particular, me dio la oportunidad de aprender mucho más sobre el tema ilustración e impresas, lo que complementa un área del Diseño que siempre me ha interesado. Finalmente, me ha permitido empatizar en profundidad con los adultos mayores, lo que me facilita la tarea de ser un agente de cambio con respecto a enfrentar el edadismo.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Adelantado, F.; C. Segura, J. De Andrés, T. Feliu y P. Martínez (2004): «Los mayores de 85 años en Sabadell» Revista Multidisciplinar de Gerontología Volumen 14, N°5.

Amaro, M.C. (2016). El envejecimiento poblacional en Cuba, desde el prisma de la epidemiología social y la ética. Anales de la Academia de Ciencias de Cuba; 6(2):30-45.

Annink, E. & Bruinsma, M. (2008). *Lovely Language: Words Divide Images Unite*. Rotterdam, Países Bajos: Veenman Publishers.

Araníbar, P. (2001). Acercamiento conceptual a la situación del adulto mayor en América Latina. Serie Población y Desarrollo n° 21. CELADE - CEPAL. Santiago de Chile.

Ayalon L., Chasteen A., Diehl M., Levy B., Neupert S., Rothermund K., et al. (2020) Aging in times of the COVID-19 pandemic: avoiding ageism and fostering intergenerational solidarity. *J Gerontol B Psychol Sci Soc Sci*. <http://dx.doi.org/10.1093/geronb/gbaa051>

Beltrán, Alicia Judith, & Rivas Gómez, Adalver (2013). Inter-generacionalidad y multi generalidad en el envejecimiento y la vejez.

Bravo, J. y F. Bertranou (2006): «Evolución demográfica y pensiones en Chile». Oit Notas N°4.

Brooke J., Jakson D. (2020) Older people and COVID-19: Isolation, risk and ageism. *J Clin Nurs*. (2020), <http://dx.doi.org/10.1111/jocn.15274>

Butler, R. N. (1969). Age-ism: Another form of bigotry. *The Gerontologist*, 9, 243-246. Butler, R. N. (1999). Foreword. In D. Couper, & F. Pratt, *Learning for a Longer Life. A guide for Developers of K-12 Curriculum and Instruction Materials* (p. v). Denton, TX: National Academy for Teaching and Learning about Aging (NATLA).

Calvo, E. (2013). *Envejecimiento activo*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Diplomado en Gerontología Social.

Campos, F., Herrera, S., Fernández, B. & Valenzuela, E. (2014). Chile y sus mayores. Resultados tercera encuesta nacional Calidad de Vida en la Vejez 2013 [Chile and its elderly people: Results of the third National survey on life quality in the old age 2013]. Santiago: Servicio Nacional del Adulto Mayor, Pontificia Universidad Católica de Chile y Caja de Compensación Los Andes.

Centro de Encuestas y Estudios Longitudinales de la U. Católica, Ceel UC, (2015). Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (Casen) entre 1990 y 2015.

Cheng, K. (2012). *See What I Mean: how to use comics to communicate ideas*. Brooklyn, NY: Rosenfeld.

Centro de Encuestas y Estudios Longitudinales de la U. Católica, Ceel UC, (2015). Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (Casen) entre 1990 y 2015.

Cheng, K. (2012). *See What I Mean: how to use comics to communicate ideas*. Brooklyn, NY: Rosenfeld

CIPEM. (2020) Personas Mayores: Conectividad y actividades que realizan en casa [Internet] [https://cipem.cl/assets/img/estudios/conectividad y actividades que realizan en casa.pdf](https://cipem.cl/assets/img/estudios/conectividad_y_actividades_que_realizan_en_casa.pdf)

Colle De Sch, R. (1998) *Iniciación al Lenguaje de la imagen*. Santiago, Chile: Ediciones UC.

Colomer, T. (1998). *La formación del lector literario*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Colomer, T., Kümmerling-Meibauer, B., Silva-Díaz, M.C. (2010). *Cruce de miradas: nuevas aproximaciones al libro-álbum*. Barcelona: Banco del Libro-Gretel.

De Santis, P. (1998). *La historieta en la edad de la razón*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Díaz Armas, J. (2006). "El Contrato de lectura en el álbum: paratextos y desbordamiento narrativo". *Primeras Noticias. Literatura Infantil y Juvenil*, 222, 33-40

Durán, T. (2009). *Álbumes y otras lecturas. Análisis de los libros infantiles*. Barcelona: Octaedro

Eisner, W. (1985). *El cómic y arte secuencial*. Barcelona, España: Norma.

Eisner, W. (1998). *La narración gráfica*. Barcelona: Editorial Norma

Fernández R. *Psicología de la vejez*. En: Orosa T. *Temas de Psicogerontología*. La Habana: Editorial Universitaria Félix Varela; 2014: p. 33-50.

Frank, A. W. (1995). *The wounded storyteller: Body, illness, and ethics*. Chicago: University of Chicago Press.

Frascara, J. (2004). *Diseño gráfico para la gente*. (3a ed.) Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito

Frascara, J. (2011). *¿Qué es el diseño de información?* (1a ed.) Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito

Fraser S., Lagacé M. (2020), *Ageism and COVID-19: What does our society's response says about us?*. *Age Ageing.*, <http://dx.doi.org/10.1093/ageing/afaa097>

Giebel C, Cannon J, Hanna K, Butchard S, Eley R, Gaughan A, et al. (2020) *Impact of COVID-19 related social support service closures on people with dementia and unpaid carers: a qualitative study*. *Aging Ment Heal* [Internet] <https://doi.org/10.1080/13607863.2020.1822292>.

Golden, J. M. y Annyce, G. (1990). *A semiotic perspective of text: the picture story book event*.

HelpAge International. (2020) Edadismo, discriminación por edad y derechos de las personas mayores en la respuesta a la COVID-19; <https://www.helpage.org/spain/noticias/coronavirus-covid19-y-personas-mayores/>

Ibáñez, P., Tello, C. (2017). Adultos Mayores: un activo para Chile.

Instituto Nacional de Estadísticas. Resultados definitivos del CENSO 2017 Chile [Internet]. 2018. Available from: <http://www.censo2017.cl/wp-content/uploads/2017/12/>

Levy, B. (2002). Longevity increased by positive self-perceptions of aging. *Journal of Personality and Social Psychology*.

Losada-Baltar A., Jiménez-Gonzalo L., Gallego-Alberto I., M.D.S. Pedroso-Chaparro, Fernandes-Pires J., Márquez-González M. (2020), "We're staying at home". Association of self-perceptions of aging, personal and family resources and loneliness with psychological distress during the lock-down period of COVID-19. *J Gerontol B Psychol Sci Soc Sci.*, <http://dx.doi.org/10.1093/geronb/gbaa048>

Luchetti M, Lee JH, Aschwanden D, Sesker A, Strickhouser JE, Terracciano A, et al. (2020) The Trajectory of Loneliness in Response to COVID-19. *Am Psychol*. 2020; 75 (7): 897-908.

Marshall L. (2015). Thinking differently about aging: changing attitudes through the humanities. *The Gerontologist*, 55, 519-525.

McCloud, S. (1993). *Understanding Comics*. Northampton, Estados Unidos: Kitchen Sink Press.

McCloud, S. (2006). *Making Comics: storytelling secrets of comics, manga and graphic novels*. Nueva York.

McGuire, S. L. (1993). Promoting Positive Attitudes about Aging through Aging Education: A Study with Preschool Children. *Gerontology and Geriatrics Education*, 13, 3-12.

McGuire, S. L. Klein D. A., & Couper D. (2005). Aging education: a national imperative. *Educational Gerontology*, 31, 443-460.

Miguel, P., Bárbara, G. (2016) Séptima Encuesta de Acceso, Usos y Usuarios de Internet.

Ministerio Desarrollo Social. (2015). Adultos Mayores. Casen, 32, 63. 2013, De encuesta Base de datos.

Mónica Ceberio Belaza. (2010). El mundo entero envejece. 2017, de *Diario el País* Sitio web: http://elpais.com/diario/2010/01/19/sociedad/1263855607_850215.html

Munari, B. (1985). *Diseño y Comunicación Visual* (8a ed.). Barcelona. Editorial GG

Nikolajeva, M. y Scott, C. (2001). *How picturebooks work*. New York: Routledge.

Okoye, U. (2004): «Knowledge of aging among secondary school students in south-eastern Nigeria». *Educational Gerontology* N°30.

Pelayo, A. (2006). *Herramientas de la ilustración para construir significados*. En VV.AA. *Ver para leer, acercándonos al libro álbum*. Chile: LCIM

Pratt, F. (1987). *Teaching Today's Kids—Tomorrow's Elders*. In H. Cox (Ed.), *Aging* (5th ed., pp. 93-99). Guildford, CT: Duskin Publishing.

Palmore, E. (2000). Guest editorial ageism in gerontological language. *The Gerontologist*, 40, 645–645.

Rahman A., Jahan Y. (2020) Defining a 'Risk Group' and ageism in the era of COVID-19. *J Loss Trauma*, <http://dx.doi.org/10.1080/15325024.2020.1757993>

Ralph, P. and Wand, Y. (2009). *A proposal for a formal definition of the design concept*. University of British Columbia. Vancouver, Canada.

Sáez, Juan. 2007. *Del para qué al qué evaluar: la construcción del diseño en la evaluación de los programas intergeneracionales*. No. 21003. IMSERSO, Madrid.

SENAMA. (2020) *Guía para una comunicación efectiva en ELEAMs en contextos de pandemia*

Sheri R Levy, PhD, *Toward Reducing Ageism: PEACE (Positive Education about Aging and Contact Experiences) Model*, *The Gerontologist*, Volume 58, Issue 2, April 2018, Pages 226–232.

Sipe, L. R. (1998). *How picture books work: A semiotically framed theory of text-picture relationships*. *Children's Literatura in education*.

Tan, P.; N. Zhang y L. Fan (2004): «Students attitudes toward the elderly in the people's republic of China». *Educational Gerontology* N°30.

Thumala, D., Arnold, M., Massad, C., Herrera, F. (2015) *Inclusión y Exclusión social de las personas mayores en Chile*. Santiago: SENAMA – FACSO U. de Chile. Ediciones Servicio Nacional del Adulto Mayor.

Van der Linden, S. (2015). *Álbum[es]*. Barcelona: Ediciones Ekaré/Variopinta Ediciones/Banco del Libro.

Velasco, R. (2017) *La ilustración Grafica aplicada al Diseño*. Tesis Doctoral / Universidad de Granada, España.

Zaparaín, F. y González, L.D. (2010). *Cruce de caminos. Álbumes ilustrados: construcción y lectura*. Valladolid: Universidad de Valladolid/Universidad de Castilla La Mancha.

