

CONTRATO DE OBRA EX-2025-00104880- -CFI-GES#DC

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (CFI)

**“Vivir más, vivir mejor” longevidad en la Provincia
de Buenos Aires – Plan de comunicación para el
abordaje de la nueva longevidad en la Provincia de
Buenos Aires**

Asociación Civil del Buen Vivir por la Cultura y el Arte

INFORME FINAL

AGOSTO 2026

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CAPÍTULOS

	Pág.
I. Síntesis de Contenidos	4
II. Introducción	5
III. Tareas realizadas	
1. Relevamiento documental	7
1.2 Análisis del corpus “Cosa de Grandes”	15
1.3 Revisión de sitios web oficiales, campañas y piezas multimedia	19
2. Entrevistas institucionales	23
2.1 Plan de entrevistas y diseño de guías semiestructuradas	23
2.2 Reuniones con equipos de la Mesa Interinstitucional	23
2.3 Sistematización de la información: Matriz de Análisis	35
3. Diagnóstico comunicacional	37
3.1 Análisis cualitativo de narrativas, tonos y mensajes	37
3.2 Evaluación de formatos, accesibilidad, lectura y diseño	47
3.3 Identificación de oportunidades y brechas comunicacionales	48
4. Enfoque conceptual y narrativo	51
4.1 Documento conceptual “Nueva Longevidad Bonaerense	51
4.2 Propuesta de actualización de la Guía para el Abordaje Integral	61
4.3 Inclusión de claves transversales	62
4.4 Validación del documento conceptual con el Ministerio	63
5. Segmentación de públicos	63
5.1 Elaboración de arquetipos +50	64
5.2 Matrices de motivaciones y consumos culturales	68
5.3 Recomendaciones por perfil	72
6. Plan de comunicación propiamente dicho	74
6.1 Redacción del plan general	74
6.2 Ejes discursivos y lineamientos para campañas 2026-2027	81
6.3 Actualización del newsletter institucional “Mayores Cuidados”	84
6.4 Actualización del Mapa de Políticas Públicas	90
6.5 Lineamientos para piezas piloto (PDF/PNG/MP4	94
7. Presentación ejecutiva	95
7.1 Producción del video institucional	95
7.2 Presentación ejecutiva	95
7.3 Entrega final y reunión de cierre	95
IV. Bibliografía	97
ANEXOS	
Anexo I: Sistematización en fichas comparables (Cosa de Grandes)	100
Anexo II: Diseño de guía de entrevista semiestructurada	103
Anexo III: Entrevistas semiestructuradas (Minutas)	106
Anexo IV: Fichas descriptivas por áreas	120
Anexo V: Matriz de Análisis	126
Anexo VI: Actualización de la Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores	128

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cronograma de trabajo	6
Tabla 2. Organismos pertenecientes a la Mesa Interinstitucional	7
Tabla 3. Sistematización comparativa de programas y dispositivos	9
Tabla 4. Ecosistema digital oficial de los organismos de la Mesa	12
Tabla 5. Revisión de sitios web oficiales y campañas del Ministerio de Comunicación	21
Tabla 6. Políticas públicas recopiladas a partir de la entrevista grupal	27
Tabla 7. Referentes entrevistados	33
Tabla 8. Inventario de acciones comunicacionales	38
Tabla 9. Brechas comunicacionales y oportunidades estratégicas	50
Tabla 10. Principios orientadores de la comunicación institucional	55
Tabla 11. Segmentación de públicos +50	63
Tabla 12. Arquetipos comunicacionales de la nueva longevidad bonaerense	68
Tabla 13. Motivaciones y consumos culturales por arquetipo	70
Tabla 14. Recomendaciones de comunicación por arquetipo	73
Tabla 15. Ejes discursivos prioritarios del Plan de Comunicación	76
Tabla 16. Contenidos modelo ilustrativos por eje discursivo	79
Tabla 17. Esquema de gobernanza comunicacional propuesto	80
Tabla 18. Líneas de campaña orientativas por eje discursivo	82
Tabla 19. Criterios mínimos de alineación previos al lanzamiento de una campaña	84
Tabla 20. Ediciones relevadas del newsletter “Mayores Cuidados”	85
Tabla 21. Estructura propuesta del newsletter	87
Tabla 22. Calendario editorial propuesto para las próximas ediciones	88
Tabla 23. Checklist editorial del newsletter	88
Tabla 24. Mapa actualizado de políticas públicas para personas mayores	91
Tabla 25. Actores externos identificados para su eventual incorporación a la Mesa	94

I. SÍNTESIS DE LOS CONTENIDOS SUSTANCIALES DE LA OBRA

El proyecto “Vivir más, vivir mejor” – Plan de comunicación para el abordaje de la nueva longevidad en la Provincia de Buenos Aires, tuvo como finalidad dotar a la Provincia de Buenos Aires de una estrategia de comunicación moderna, accesible y vinculante sobre la nueva longevidad, que mejore la difusión de políticas públicas, fortalezca la identificación ciudadana y sienta las bases de campañas 2026–2027.

A tal fin se realizó un trabajo en tres etapas, en primer lugar se realizó un relevamiento documental y entrevistas institucionales a los organismos integrantes de la Mesa; en un segundo momento se elaboró el diagnóstico comunicacional, el documento narrativa marco “Nueva Longevidad Bonaerense” y segmentación de públicos +50 y, sobre esa base, las matrices de motivaciones y consumos culturales, y por último la elaboración de recomendaciones por perfil y el diseño de una propuesta de Plan de Comunicación propiamente dicho.

El diagnóstico identificó una brecha central: el problema no es la ausencia de políticas públicas dirigidas a personas +50 en la Provincia de Buenos Aires sino que el principal problema en términos comunicacionales es la falta de articulación, segmentación y accesibilidad transversal.

La Mesa Interinstitucional emerge como el principal activo para revertir esta fragmentación.

A partir de allí, el Plan de Comunicación propone ejes discursivos, lineamientos digitales y territoriales, un esquema de gobernanza comunicacional, la actualización del newsletter “Mayores Cuidados” y del Mapa de Políticas Públicas, y piezas piloto en formato PDF, gráfico y audiovisual.

Como productos finales se desarrollaron una Presentación Ejecutiva y una pieza audiovisual institucional, presentadas ante la Mesa en una reunión de cierre.

En conjunto, el proyecto deja instalado un marco conceptual, herramientas operativas y una hoja de ruta 2026-2027 para que la Provincia cuente con herramientas para abordar la comunicación de la nueva longevidad desde un enfoque de derechos, diversidad y perspectiva de género.

II.- INTRODUCCIÓN

El presente Informe Final se enmarca en el Plan de Trabajo de la obra *“Vivir más, vivir mejor – Plan de comunicación para el abordaje de la nueva longevidad en la Provincia de Buenos Aires”*, cuya finalidad es contribuir a que la Provincia cuente con una estrategia de comunicación moderna, accesible y vinculante sobre nueva longevidad. El proyecto busca mejorar la difusión de políticas públicas, fortalecer la identificación ciudadana con los programas provinciales y promover la vejez activa, la inclusión digital y la prevención del aislamiento. Asimismo, se propone impulsar narrativas contemporáneas sobre la longevidad en la población mayor de 50 años y sentar las bases para campañas futuras (2026-2027).

Este proyecto contribuye, a su vez, a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

ODS 10 (Reducción de las desigualdades): una comunicación efectiva puede ayudar a reducir la brecha de información y promover la igualdad entre la ciudadanía.

ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas): ya que busca promover sociedades pacíficas, inclusivas y justas mediante el fortalecimiento de las instituciones y la promoción de una gobernanza efectiva y transparente.

ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos): una comunicación efectiva puede facilitar la creación de alianzas entre organizaciones, gobiernos y la sociedad civil al promover la colaboración y el intercambio de información y recursos para abordar desafíos comunes y alcanzar metas compartidas de desarrollo sostenible.

El presente Informe Final constituye un compendio integral de la totalidad de las tareas previstas en el Plan de Trabajo (Tabla 1), desde el relevamiento documental inicial hasta la presentación ejecutiva de cierre, e incorpora el desarrollo y los resultados de cada una de ellas con la numeración correlativa que se detalla en el índice general.

Tabla 1. Cronograma de trabajo.

Tarea / Mes	1	2	3	4	5	6
1. Relevamiento documental	X	X				
1.1 Recopilación de materiales institucionales existentes	X	X				
1.2 Análisis del corpus Cosa de Grandes (fascículos provistos)	X	X				
1.3 Revisión de sitios web oficiales, campañas, piezas multimedia, documentación, etc.	X	X				
1.4 Sistematización en fichas comparables		X				
2. Entrevistas institucionales	X	X				
2.1 Diseño de guías de entrevista semiestructuradas	X					
2.2 Reuniones con equipos de comunicación de las áreas de gobierno que forman parte de la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores	X	X				
2.3 Minutas de entrevistas y procesamiento de información		X				
3. Diagnóstico comunicacional		X	X	X		
3.1 Análisis cualitativo de narrativas, tonos y mensajes		X	X			
3.2 Evaluación de formatos, accesibilidad, lectura, diseño		X	X			
3.3 Identificación de oportunidades y brechas comunicacionales			X	X		
4. Enfoque conceptual y narrativa marco			X	X	X	
4.1 Redacción del documento conceptual "Nueva Longevidad Bonaerense"			X	X	X	
4.2 Actualización de la Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores				X	X	
4.3 Inclusión de claves: edadismo, subjetividad, género, digitalidad, ruralidad					X	
4.4 Validación con el Ministerio de Comunicación Pública					X	
5. Segmentación de públicos				X	X	
5.1 Elaboración de arquetipos +50				X		

Fuente: Elaboración propia. Cronograma aprobado y pautado en Anexo IV del contrato de obra.

III.- TAREAS REALIZADAS

1. RELEVAMIENTO DOCUMENTAL

Se realizó una recopilación, revisión técnica y organización de los materiales institucionales producidos por los organismos que integran la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores (Ver *Tabla 2*). Este relevamiento constituyó la fase inicial de conformación del Inventario Digital previsto en el Plan de Trabajo, mediante el rastreo y auditoría de sitios web oficiales, campañas vigentes, piezas multimedia y documentación técnica.

En términos metodológicos, el relevamiento no buscó únicamente reunir información, sino comprender en qué medida esa información se presenta de manera recuperable, comprensible y útil para su eventual apropiación por parte de los públicos destinatarios. Las acciones se concentraron en: identificación y catalogación de programas, políticas y dispositivos; auditoría de soportes editoriales, audiovisuales, digitales y de despliegue territorial; análisis crítico del corpus central “Cosa de Grandes”; y sistematización de fuentes mediante fichas descriptivas estandarizadas.

Tabla 2. Organismos pertenecientes a la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores.

Organismo	Programa / Dispositivo
Dirección de Políticas Públicas de Comunicación	Ministerio de Comunicación Pública
Dirección de Programas para el Acceso a Derechos de Poblaciones Vulnerables	Subsecretaría de Derechos Humanos Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
Dirección de Promoción de Derechos para Personas Mayores	Ministerio de Desarrollo de la Comunidad
Dirección de Promoción, Atención y Prevención en Salud	IOMA
Dirección de Comunicación Institucional	IPS
Secretaría Ejecutiva	Instituto Cultural
Dirección de Atención a Víctimas de Violencias por Razones de Género	Ministerio de Mujeres y Diversidad
Dirección Programas Especiales	Ministerio de Mujeres y Diversidad
Dirección de Prevención de Enfermedades No Transmisibles	Ministerio de Salud
Dirección de Relaciones con las Organizaciones de la Sociedad Civil	Jefatura de Asesores del Gobernador
Dirección Provincial de Infraestructura Social	Ministerio de Infraestructura y Servicios

Organismo	Programa / Dispositivo
Dirección de Políticas Públicas de Comunicación	Ministerio de Comunicación Pública
Dirección de Programas para el Acceso a Derechos de Poblaciones Vulnerables	Subsecretaría de Derechos Humanos Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
	Sociales
Dirección General de Discapacidad y Personas Mayores	Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires

Fuente: Datos brindados por el Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires.

De la recopilación documental realizada surge una primera aproximación a los programas y dispositivos implementados por la Provincia de Buenos Aires destinados a la población de más de 50 años (*Ver **Tabla 3. Sistematización comparativa de programas y dispositivos destinados a personas mayores en la Provincia de Buenos Aires producto del primer relevamiento documental***). Es pertinente señalar que este relevamiento permite efectuar un análisis preliminar sobre la jerarquización comunicacional de las políticas públicas: aquellos materiales hallados con mayor celeridad representan las acciones que el Estado provincial sitúa en una posición de mayor visibilidad estratégica.

No obstante, se identifica un hallazgo relevante que será profundizado en apartados posteriores: durante la fase de entrevistas grupales e individuales, han surgido políticas y programas que no fueron detectados en la búsqueda documental inicial. Esta asimetría entre la existencia institucional de una política y su presencia en los canales de difusión oficiales constituye un primer punto de análisis. El hecho de que determinados dispositivos requieran de una indagación directa con los actores clave para ser identificados revela un desafío en términos de accesibilidad y transparencia informativa; si la información no es fácilmente recuperable mediante un relevamiento técnico especializado, se infiere una barrera significativa para el acceso efectivo por parte de la ciudadanía destinataria. Dicho de otro modo: el problema no radica en la ausencia de políticas, sino en su limitada capacidad de hacerse visibles, circular y convertirse en recursos efectivamente disponibles para la población.

Tabla 3. Sistematización comparativa de programas y dispositivos destinados a personas mayores en la Provincia de Buenos Aires producto del primer relevamiento documental.

Organismo	Programa / Dispositivo	Tipo	Objetivo principal	Población destinatari a	Modalidad	Alcance	Componentes comunicacionales	Enfoque	Observaciones
Subsecretaría de DD.HH.	Línea 0-800 denuncias	Dispositivo de atención	Recepción de denuncias de vulneración de derechos	Población general	Telefónico / digital	Provincial	Línea 0-800, web, WhatsApp	Derechos humanos	No específico de mayores
Defensoría del Pueblo	Línea 0-800 orientación	Dispositivo integral	Orientación y recepción de reclamos	Personas mayores y población general	Multicanal	Provincial	Teléfono, email, WhatsApp, presencial	Integral	No específico de mayores
Ministerio de Desarrollo de la Comunidad	Hogares de Larga Estadía	Programa estructurado	Garantizar cuidados y alojamiento	Personas mayores vulnerables	Convenios institucionales	Provincial	Información institucional	Cuidados / derechos	Perfil asistencial
Ministerio de Desarrollo de la Comunidad	Casa de Día	Dispositivo territorial	Promover autonomía y vínculos	Personas mayores	Espacios comunitarios	Provincial	Difusión territorial	Integración social	Prevención de institucionalización
Ministerio de Desarrollo de la Comunidad	Mayores Bonaerense s Activos	Programa estructurado	Promover envejecimiento activo	Personas mayores	Subsidios y actividades	Provincial	Campañas, talleres, materiales	Derechos / participación	Alta demanda

Organismo	Programa / Dispositivo	Tipo	Objetivo principal	Población destinatari a	Modalidad	Alcance	Componentes comunicacionales	Enfoque	Observaciones
Ministerio de Mujeres y Diversidad	Línea 144	Dispositivo de atención	Atención en violencia de género	Población en situación de violencia	Multicanal	Provincial	Alta visibilidad pública	Género / derechos	No específico de mayores Perspectiva interseccional
Ministerio de Salud	Línea salud mental (opción mayores)	Dispositivo de atención	Contención en salud mental	Personas mayores	Telefónico	Provincial	Línea específica	Salud integral	Segmentación por edad
IOMA	Talleres para personas mayores	Actividades	Promover bienestar y socialización	Afiliados mayores	Talleres presenciales	Provincial	Difusión institucional	Bienestar / recreación	Alta diversidad de oferta
Ministerio de Salud	Medicamentos Bonaerenses	Política pública	Garantizar acceso a medicamentos	Población con cobertura pública	Sistema de salud	Provincial	Difusión en centros de salud	Salud / acceso	No específico de mayores Alto impacto
Ministerio de Desarrollo de la Comunidad	Casa de Día / Hogares	Dispositivo combinado	Atención integral y comunitaria	Personas mayores	Convenios + espacios	Provincial	Comunicación institucional	Cuidados / autonomía	Complementariedad de dispositivos

Fuente: Elaboración propia, a partir de recopilación documental brindada únicamente por sitios oficiales de la Provincia de Buenos Aires.

Por último, dentro del trabajo de revisión de sitios web oficiales, campañas y piezas multimedia, se procedió a la confección de un cuadro comparativo que brinde la existencia de ecosistemas digitales activos de los organismos integrantes de la Mesa Interinstitucional (Ver **Tabla 4. Ecosistema digital oficial de los organismos que integran la Mesa Interinstitucional**). De esta primera aproximación al ecosistema actual, se observa que al no poseer perfiles segmentados (a excepción de entes autárquicos como IPS o IOMA), se pierde la posibilidad de generar un diálogo interactivo y directo con la población +50, limitando la comunicación a un modelo de difusión unidireccional.

Dentro del caudal de información que circula en sitios webs y redes sociales de los distintos organismos, se evidencia una distribución mínima de contenidos destinados a personas mayores. Por otra parte, los materiales seleccionados para redes sociales destinados a +50, refieren a efemérides o lugares comunes que tienen a reforzar estereotipos vigentes: un ejemplo de ello es la prevención de estafas para adultos mayores. Si bien son temáticas fundamentales, acompañadas de nuevos contenidos que visibilicen otros programas enfocados en vejez activa podrían adquirir nuevos significados. Se desprende de este primer análisis la necesidad de incrementar el material destinado a personas mayores con las nuevas narrativas abordadas también en sus ecosistemas digitales.

Tabla 4. Ecosistema digital oficial de los organismos que integran la Mesa Interinstitucional.

Organismo	Sitio web oficial	Instagram	Facebook	x (Twitter)	YouTube	Otros
Ministerio de Comunicación Pública	Sitio oficial	@provinciaba	@BAProvincia	@BAProvincia	@BAProvincia	Micrositio Cosa de Grandes / Canal de Telegram / TikTok / Twitch
Subsecretaría de Derechos Humanos	Sitio oficial	@derechoshumanospba	@DerHumanosPBA	@DerHumanosPBA	@DerechosHumanosPBA	
Ministerio de Desarrollo de la Comunidad	Sitio oficial	@min_desarrolloBA	@MindesarrolloBA	@MinDesarrolloBA	@MinDesarrolloBA	
IOMA	Sitio oficial	@ioma.gba	@iomagba	@iomagba	@iomagba2930	
Instituto de Previsión Social	Sitio oficial	@ipsbuenosaires	@IPSBuenosAires	@IPSBuenosAires	@IPSBuenosAiresGBA	WhatsApp para comunicación directa
Instituto Cultural	Sitio oficial	@buenosair_escultura	@CulturaPBA	@CulturaPBA		Micrositio de Código Bonaerense
Ministerio de Mujeres y Diversidad	Sitio oficial	@minmujerespba	@minmujerespba	@minmujerespba	@minmujerespba	
Ministerio de Salud	Sitio oficial	@saludbap	@saludbap	@saludbap	@saludbuenosairesprovincia718	
Ministerio de Infraestructura y Servicios Sociales	Sitio oficial	@minfrapba	@minfrapba	@minfrapba		
Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires	Sitio oficial	@defensoriaPBA	@DefensoriaPBA	@DefensoriaPBA	@defensorba	Podcast / TikTok / WhatsApp

Fuente: Elaboración propia, a partir de recopilación documental brindada únicamente por sitios oficiales de la Provincia de Buenos Aires.

b. Producciones específicas de la Mesa Interinstitucional

En esta fase inicial, se identificaron dos piezas fundamentales producidas por la Mesa Interinstitucional: la “**Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores**” y el “**Recetario Provincial**”.

La “[Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores](#)” (Marzo 2023) se posiciona como el documento técnico-institucional de referencia para la administración pública provincial. A diferencia de dispositivos de difusión masiva como “Cosa de Grandes”, esta pieza posee un carácter interinstitucional y técnico. Está dirigida específicamente a los equipos profesionales, funcionarios/as, agentes estatales y equipos de trabajo de áreas municipales de personas mayores. con el objetivo de unificar criterios de intervención y consulta entre los ministerios y organismos que conforman la Mesa. Su valor no reside solo en ordenar prestaciones, sino en traducir la complejidad del Estado en una herramienta de consulta operativa.

Del análisis comunicacional de esta pieza se desprenden las siguientes observaciones:

- **Estrategia de Servicios:** Implementa una comunicación normativa que centraliza la oferta prestacional en un soporte único, optimizando la trazabilidad de las políticas para el operador estatal.
- **Paradigma de Derechos:** La narrativa se desmarca del modelo asistencialista tradicional, jerarquizando a la persona mayor como sujeto de derecho y promoviendo la noción de vejez activa.
- **Funcionalidad y Diseño:** El documento sintetiza con éxito la complejidad estructural del Estado en un formato accesible y de lenguaje directo, facilitando la derivación interjurisdiccional y el abordaje interdisciplinario. Su organización temática y estructura visual permiten una consulta ágil y eficiente.

Asimismo, la Guía ha permitido identificar nuevas políticas públicas de relevancia, tales como el **Programa Incluir** (Educación e Inclusión Financiera del Banco Provincia), los **Juegos Bonaerenses** (Subsecretaría de Deportes) y **ReMayores** (Turismo Municipal en el marco del Programa ReCreo). Si bien estos dispositivos exceden el alcance operativo inicial, su identificación representa una oportunidad estratégica para proponer la incorporación de nuevos actores clave a la Mesa Interinstitucional, fortaleciendo el abordaje integral de la población mayor de 50 años.

El “[Recetario Provincial. Un poco de historia a través de la cocina](#)” (Octubre 2024), a diferencia de la Guía anteriormente mencionada, tiene como destinatarios directos a las personas mayores de la Provincia de Buenos Aires y sus familias. Es una pieza de comunicación externa diseñada para la participación social, donde la

persona mayor no es solo receptora de información, sino coproductora de contenidos. La publicación potencia la narrativa de Legado: utiliza la cocina como un puente intergeneracional, reforzando el rol de la persona mayor como transmisora de saberes y cultura. Logra, además, que organismos con misiones tan diversas (Salud, Cultura, IPS) converjan en un producto que aborda la salud desde una perspectiva integral (nutrición, bienestar emocional e identidad). Se trata de una pieza que desplaza a la persona mayor del lugar pasivo de destinataria y la sitúa como portadora de experiencia, memoria y legitimidad cultural.

El diseño visual y el tono editorial logran una conexión emocional inmediata, rompiendo con la frialdad estética de los documentos administrativos tradicionales. A su vez, promueve hábitos saludables: integra consejos nutricionales y sugerencias de salud de manera orgánica y no impositiva, facilitando la adopción de prácticas de autocuidado. El cierre del documento, que invita a enviar nuevas recetas a un correo oficial, transforma el material estático en un dispositivo de diálogo permanente con la ciudadanía.

De este documento, se desprende también la necesidad de indagar sobre las estrategias de distribución de la misma, su actualización y la diversidad representativa que potencialmente puede alcanzar con nuevas ediciones para que deje de ser un material estático y se convierta en un documento actualizable.

1.2 ANÁLISIS DEL CORPUS “[COSA DE GRANDES](#)”

Esta pieza se aborda de manera diferenciada dentro del relevamiento documental debido a su peso estratégico y su continuidad temporal, constituyéndose en el principal exponente de la narrativa pública sobre longevidad en la Provincia de Buenos Aires.

Mientras que los materiales analizados anteriormente (la Guía y el Recetario) cumplen funciones técnicas o de vinculación comunitaria específica, “Cosa de Grandes” se erige como un ecosistema de producción simbólica diseñado para intervenir directamente en los imaginarios sociales a partir del trabajo mancomunado de la Mesa Interinstitucional. Su análisis resulta indispensable para comprender el punto de partida de la actual estrategia provincial y para detectar las oportunidades de evolución hacia el nuevo Plan de Comunicación objeto de este trabajo. En términos estratégicos, se trata del dispositivo más consistente del corpus relevado, aunque todavía no plenamente integrado a una arquitectura comunicacional más amplia y segmentada.

- **Caracterización general del corpus**

El corpus *Cosa de Grandes* se configura como una de las principales herramientas de comunicación pública desarrolladas por el Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires en relación con las personas mayores. Se trata de una serie editorial que articula contenidos informativos, educativos y culturales, orientados tanto a personas mayores de 60 años como a la comunidad en general, con el objetivo de visibilizar y poner en valor las múltiples formas de transitar la vejez en el territorio bonaerense. Su principal fortaleza consiste en haber sostenido en el tiempo una narrativa pública de la vejez más amplia, positiva y diversa que la que habitualmente circula en los discursos estatales generalistas.

En términos comunicacionales, el dispositivo presenta una estructura híbrida que combina elementos del periodismo institucional, la divulgación social y la comunicación comunitaria. Esta combinación permite no sólo informar sobre políticas públicas y servicios disponibles, sino también construir sentidos en torno al envejecimiento, intervenir en representaciones sociales y promover formas de participación activa. De este modo, el corpus trasciende su función meramente informativa para constituirse en un instrumento de producción simbólica con incidencia en la agenda pública. No se trata únicamente de una publicación: funciona como una usina de sentido sobre qué significa envejecer hoy en la Provincia.

- **Estructura narrativa y lógica de organización**

El análisis de los materiales evidencia una organización interna relativamente estable, basada en una lógica modular que habilita distintos niveles de lectura. Cada

edición suele articular una apertura institucional —frecuentemente vinculada a efemérides o hitos relevantes— con contenidos que combinan relatos de experiencias, difusión de políticas públicas, propuestas culturales y recursos de utilidad práctica.

Esta estructura permite una lectura fragmentada y accesible, adaptable a diversos perfiles de usuarios, lo cual resulta particularmente relevante considerando la heterogeneidad del público destinatario. La convivencia de registros —narrativo, informativo, pedagógico— genera un formato dinámico que alterna entre la transmisión de información y la construcción de sentido, favoreciendo la apropiación de los contenidos.

Asimismo, la inclusión de experiencias territoriales, como agrupaciones de personas mayores o iniciativas comunitarias, introduce una dimensión situada que ancla los discursos en prácticas concretas y refuerza la identificación de los lectores con los contenidos difundidos .

- **Construcción discursiva del envejecimiento**

Uno de los rasgos más significativos del corpus es la consolidación de una narrativa positiva del envejecimiento. A lo largo de sus ediciones, se observa un desplazamiento respecto de enfoques tradicionales que asocian la vejez con la pasividad, la dependencia o el deterioro, hacia una representación que enfatiza la autonomía, la participación y la capacidad de agencia de las personas mayores.

En este marco, las personas mayores son construidas discursivamente como sujetos de derechos, protagonistas de sus trayectorias vitales y actores activos en la vida social, cultural y comunitaria. La visibilización de experiencias de participación, producción cultural y organización colectiva contribuye a reforzar esta imagen, al tiempo que amplía el repertorio de representaciones posibles sobre la vejez.

Esta operación discursiva no resulta menor, en tanto interviene sobre imaginarios sociales profundamente arraigados y contribuye a disputar sentidos en torno al envejecimiento, promoviendo una mirada más inclusiva y diversa.

- **Centralidad del enfoque de derechos y del rol del Estado**

El corpus se inscribe claramente en una perspectiva de derechos, en la que la vejez es concebida como una etapa de la vida que debe ser transitada en condiciones de dignidad, autonomía y acceso pleno a bienes y servicios. En este sentido, los contenidos no sólo informan sobre programas y dispositivos estatales, sino que los presentan como herramientas concretas para la efectivización de derechos.

El Estado provincial aparece representado como un actor activo, presente y responsable, no limitado a una función asistencial, sino comprometido con la

promoción de la participación, la articulación territorial y la construcción de políticas públicas integrales. Esta representación se refuerza mediante la difusión de iniciativas concretas —como programas sociales, actividades culturales o dispositivos de atención— que evidencian una intervención estatal sostenida en el territorio .

Al mismo tiempo, el discurso institucional interpela a los distintos niveles de gobierno y a la sociedad en su conjunto, planteando la necesidad de construir colectivamente condiciones para una vejez digna y libre de violencias.

- **Ejes temáticos y abordaje integral**

El análisis del corpus permite identificar una amplia variedad de ejes temáticos que, en su conjunto, configuran una mirada integral sobre el envejecimiento. Entre ellos se destacan la vida cotidiana y el bienestar, los derechos y la ciudadanía, las relaciones comunitarias, la participación cultural y el acceso a información útil.

Lejos de abordarse de manera aislada, estos ejes se presentan interrelacionados, dando cuenta de la complejidad de las experiencias de envejecimiento. Por ejemplo, la promoción de actividades culturales no sólo se vincula con el ocio o la recreación, sino también con el ejercicio de derechos, la construcción de identidad y el fortalecimiento de vínculos sociales.

Asimismo, la inclusión de contenidos vinculados a la participación ciudadana —como materiales para el ejercicio del voto accesible— amplía el horizonte de intervención del corpus, incorporando dimensiones políticas que refuerzan la noción de ciudadanía activa en la vejez .

- **Estrategias comunicacionales y recursos expresivos**

Desde el punto de vista comunicacional, el corpus se caracteriza por el uso de un lenguaje claro, accesible y cercano, que facilita la comprensión de los contenidos y favorece su apropiación por parte de públicos diversos. La ausencia de tecnicismos y la apelación a ejemplos concretos contribuyen a construir un registro amigable, en sintonía con los objetivos de inclusión comunicacional.

La combinación de distintos recursos —relatos, testimonios, información práctica, propuestas lúdicas— configura una estrategia de hibridación que permite sostener el interés del lector y diversificar las formas de acceso a los contenidos. A su vez, la incorporación de materiales didácticos y guías prácticas introduce una dimensión pedagógica que trasciende la mera difusión de información.

Otro aspecto relevante es la fuerte impronta territorial del corpus, evidenciada en la presencia de experiencias locales, referencias a municipios y visibilización de iniciativas comunitarias. Esta característica no sólo refuerza la legitimidad de los

contenidos, sino que también contribuye a generar cercanía e identificación con los destinatarios.

- **Fortalezas, limitaciones y potencialidades**

Entre las principales fortalezas del corpus se destaca su capacidad para construir una narrativa consistente y positiva del envejecimiento, articulando información institucional con relatos significativos y experiencias concretas. Asimismo, su enfoque integral y su lenguaje accesible lo posicionan como una herramienta eficaz para la comunicación pública en este campo.

No obstante, el análisis también permite identificar algunas limitaciones. En particular, se observa una predominancia del formato editorial tradicional, con menor desarrollo en soportes digitales interactivos o audiovisuales que podrían ampliar el alcance y diversificar los públicos. Asimismo, la estrategia comunicacional no siempre evidencia una segmentación clara al interior del universo de personas mayores, lo que podría limitar su efectividad en determinados grupos. La debilidad no reside en la calidad del dispositivo, sino en su dificultad para escalar como sistema, ampliar formatos y dialogar con la heterogeneidad del universo +50.

En este sentido, se abren oportunidades para fortalecer el dispositivo mediante su integración en una estrategia comunicacional más amplia, que contemple la multicanalidad y la interactividad. El desafío es que “Cosa de Grandes” deje de ser una experiencia valiosa pero relativamente aislada, para convertirse en uno de los nodos ordenadores de una estrategia transversal sobre longevidad.

- **Consideraciones finales**

“Cosa de Grandes” se consolida como un dispositivo comunicacional estratégico que no sólo informa, sino que contribuye activamente a la construcción de sentidos en torno al envejecimiento en la Provincia de Buenos Aires. Su capacidad para articular políticas públicas, experiencias territoriales y narrativas positivas lo posiciona como un nodo relevante dentro del sistema comunicacional orientado a personas mayores. Es, probablemente, la experiencia más sólida identificada en este relevamiento en términos de continuidad, identidad y capacidad de disputar imaginarios.

El desafío radica en potenciar significativamente su alcance mediante una mayor integración con otras estrategias, así como a través de la consolidación de una identidad comunicacional transversal que permita incluir nuevos soportes y distribuciones parciales a través de plataformas digitales. Su potencia está demostrada; lo pendiente es su integración, escalabilidad y segmentación.

1.3 REVISIÓN DE SITIOS WEB OFICIALES, CAMPAÑAS, PIEZAS MULTIMEDIA DEL MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

En el marco del relevamiento de acciones comunicacionales vinculadas a personas mayores, se realizó una revisión integral de los sitios web oficiales, campañas, piezas multimedia y documentación producida por el Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires.

El análisis permitió identificar un ecosistema comunicacional institucional amplio, estructurado en torno a un portal central, una red de contenidos periodísticos y documentales, y una serie de dispositivos específicos de comunicación pública. La revisión confirma la existencia de capacidades instaladas de producción y difusión, pero también muestra que esa capacidad no siempre se traduce en un entorno digital organizado desde la perspectiva de las personas mayores como público específico.

El portal oficial del Ministerio de Comunicación Pública constituye el nodo principal de acceso a la información institucional. En él se organizan contenidos vinculados a la gestión, noticias, gacetillas, anuarios y herramientas del sistema de medios, como el Mapa de Medios Bonaerenses y el Registro Oficial de Medios Publicitarios. Asimismo, el sitio articula la presencia del ministerio en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales y canales audiovisuales, lo que da cuenta de una estrategia de comunicación multiplataforma orientada a la difusión de la agenda gubernamental.

Dentro de este ecosistema, como se señaló, el dispositivo más consolidado y específicamente orientado a la temática de personas mayores es el micrositio Cosa de Grandes, desarrollado en el apartado anterior (Ver *C. Análisis del Corpus “Cosa de Grandes”*). El corpus, que cuenta con más de ochenta fascículos disponibles, constituye una política sostenida en el tiempo, orientada a promover una mirada positiva, activa y diversa sobre el envejecimiento. Los materiales abordan temáticas amplias, incluyendo salud, derechos, cultura, memoria, participación social, diversidad y vida cotidiana, integrando además recursos lúdicos y pedagógicos. Sin embargo, la robustez de este dispositivo contrasta con la menor densidad temática y segmentación que presentan otros entornos digitales del sistema.

Desde el punto de vista documental, “Cosa de Grandes” funciona como un repositorio público de contenidos descargables, principalmente en formato PDF, lo que facilita su circulación y archivo. Sin embargo, este formato también evidencia una fuerte dependencia de soportes editoriales tradicionales, con menor desarrollo de formatos interactivos o audiovisuales específicamente diseñados para personas mayores.

En relación con la producción multimedia, el ministerio desarrolla contenidos audiovisuales de carácter general, entre los que se destaca el programa Somos

Bonaerenses, orientado a la difusión de identidades territoriales, cultura y producción bonaerense. Si bien no se trata de un producto específico para personas mayores, contribuye a la construcción de una narrativa provincial que también se articula con los contenidos de envejecimiento activo.

Por otro lado, se identifican acciones puntuales de carácter territorial y cultural, como la muestra Voces y Saberes Mayores, orientada a visibilizar los derechos, saberes y experiencias de las personas mayores. Este tipo de iniciativas evidencia una modalidad de intervención que combina comunicación pública con activación territorial y participación comunitaria.

Asimismo, el Ministerio desarrolla líneas de trabajo vinculadas al fortalecimiento del sistema de medios, como el Mapa de Medios Bonaerenses y programas de capacitación para actores territoriales. Si bien estas iniciativas no están dirigidas específicamente a personas mayores, contribuyen a ampliar la capacidad de difusión y territorialización de las políticas públicas.

En términos analíticos, el sistema presenta como principal fortaleza la existencia de un dispositivo consolidado, sostenido y con identidad propia como “Cosa de Grandes”, así como una infraestructura institucional que permite la producción y circulación de contenidos en múltiples formatos. No obstante, se identifican limitaciones en la integración de estos contenidos en una estrategia comunicacional específica para la población +50, con escasa segmentación de públicos, predominio del formato editorial y baja centralización temática en el entorno digital. De modo que, la principal limitación no es la falta de producción, sino la dificultad para convertir esa producción en una experiencia de navegación, reconocimiento y acceso consistente para la ciudadanía.

El Ministerio de Comunicación Pública cuenta con una base comunicacional robusta para abordar la temática de personas mayores, pero con potencial de desarrollo en términos de articulación estratégica, diversificación de formatos y construcción de un entorno digital integrado que facilite el acceso a la información por parte de este público. Dicho de otro modo: hay capacidad instalada, pero todavía no un sistema plenamente visible y ordenado desde la lógica de sus destinatarios

Tabla 5. Revisión de sitios webs oficiales y campanas del Ministerio de Comunicación

Tipo	Nombre	Descripción	Formato	Público objetivo	Área temática	Link
Sitio web	Portal Ministerio de Comunicación Pública	Portal institucional con noticias, gacetillas, documentación y acceso a herramientas del sistema de medios	Web	General	Comunicación pública	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica
Micrositio	Cosa de Grandes	Serie editorial sobre envejecimiento activo, derechos, cultura y vida cotidiana	PDF / Web	Personas mayores / general	Vejez y longevidad	https://www.gba.gob.ar/cosa_de_grandes
Publicación	Fascículos Cosa de Grandes	Materiales descargables con contenidos informativos, recreativos y pedagógicos	PDF	Personas mayores	Vejez, salud, cultura	https://www.gba.gob.ar/cosa_de_grandes
Programa audiovisual	Somos Bonaerenses	Programa televisivo sobre identidad, territorio y cultura bonaerense	TV / audiovisual	General	Cultura / territorio	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica/gacetillas/vuelve_%E2%80%9Csomos_bonaerenses%E2%80%9D_con_su_quinta_temporada
Evento / acción territorial	Voces y Saberes Mayores	Muestra interactiva sobre derechos, memoria y participación de personas mayores	Presencial / cultural	Personas mayores / comunidad	Derechos / participación	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica/gacetillas/%E2%80%9Cvoces_y_saberes_mayores%E2%80%9D_una_muestra_para_poner_en_valor_los
Plataforma	Mapa de Medios Bonaerenses	Plataforma digital de registro y visualización de medios provinciales	Web	Medios / institucional	Sistema de medios	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica

Tipo	Nombre	Descripción	Formato	Público objetivo	Área temática	Link
Programa	Potencia Medios	Programa de capacitación y fortalecimiento de medios bonaerenses	Capacitación	Medios / institucional	Comunicación	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica
Documentación	Gacetillas oficiales	Noticias institucionales sobre acciones de gobierno y comunicación	Web	General	Comunicación institucional	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica/gacetillas
Redes sociales	Canales oficiales	Presencia en redes (Facebook, Instagram, X, YouTube, etc.)	Digital	General	Comunicación digital	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica

Fuente: Elaboración propia, a partir de recopilación documental brindada únicamente por sitios oficiales de la Provincia de Buenos Aires.

2. ENTREVISTAS INSTITUCIONALES

2.1 PLAN DE ENTREVISTAS Y DISEÑO DE GUÍAS SEMIESTRUCTURADAS

La estrategia de entrevistas se organizó en tres etapas progresivas con el propósito de relevar información de manera ordenada, eficiente y consistente, evitando cargas innecesarias sobre los equipos y asegurando que cada instancia produzca insumos operativos para las fases subsiguientes del estudio (inventario, diagnóstico, matrices y Plan de Comunicación).

El diseño incremental permitió iniciar con un relevamiento de alto nivel para construir un mapa general, avanzar luego hacia entrevistas semiestructuradas por área para obtener información comparable y sistematizable, y cerrar con instancias selectivas de profundización destinadas a resolver aspectos críticos y ajustar definiciones estratégicas. Este diseño permitió no sólo capturar información, sino también identificar tensiones entre la descripción institucional de las políticas y sus condiciones reales de comunicación e implementación.

Dado que la Mesa Interinstitucional integra áreas con competencias, lenguajes y prácticas heterogéneas, la metodología contempló que cada etapa sea refrendada con el equipo de conducción del Ministerio de Comunicación, en su carácter de articulador de la Mesa. Este refrendo tiene una función técnica y operativa: incorporar contexto político y de gestión, identificar supuestos implícitos, detectar asuntos no explicitados en las entrevistas, anticipar sensibilidades interáreas, y orientar el orden y priorización de temas para maximizar la calidad del relevamiento y su aplicabilidad institucional. La validación con el Ministerio, por lo tanto, no se plantea como control posterior sino como instancia de coherencia, ajuste y coordinación a lo largo del proceso. En un campo atravesado por fragmentación institucional, esta mediación resultó clave para leer el sistema en su conjunto y no como una suma de iniciativas inconexas.

Para realizar las entrevistas se realizaron guías de entrevistas semiestructuradas (ver Anexo II).

2.2 REUNIONES CON EQUIPOS QUE PARTICIPAN EN LA MESA INTERINSTITUCIONAL

Reunión colectiva con todos los organismos que integran la mesa interinstitucional

Se realizó una reunión colectiva orientada a la presentación del proyecto, la construcción de un mapa general del universo de acciones y productos comunicacionales vinculados a personas mayores, y la identificación preliminar de áreas clave para entrevistas posteriores. Esta instancia permitió acordar criterios iniciales de relevamiento y obtener insumos para organizar el cronograma de entrevistas individuales, sin requerir detalle exhaustivo en el primer contacto.

Objetivos:

- Presentación del proyecto
- Construcción de un mapa general
- Identificación de áreas clave
- Construcción de insumos para ordenar entrevistas

La misma se realizó el 11 de marzo de 2026 en la Ciudad de La Plata en las oficinas de la Subsecretaría de Derechos Humanos de la Provincia. Durante el encuentro se evidenció una amplia diversidad de abordajes institucionales, que abarcan dimensiones de cuidado, salud, derechos humanos, cultura, comunicación, infraestructura y seguridad social. Cada organismo presentó sus principales programas, acciones y dispositivos en ejecución o en desarrollo, destacándose un fuerte componente territorial y una orientación hacia la promoción de derechos y la mejora de la calidad de vida de las personas mayores. La reunión permitió constatar que existe una oferta pública más amplia de la que aparece a primera vista en los canales oficiales, aunque todavía con niveles muy desiguales de visibilidad y sistematización

El Ministerio de Comunicación Pública planteó su rol transversal en la Mesa, aportando una mirada estratégica sobre la comunicación de políticas públicas. En este marco, se destacó la publicación “Cosa de Grandes” como un dispositivo central para visibilizar las múltiples dimensiones del envejecimiento y articular los contenidos producidos por los distintos organismos.

En el caso del Ministerio de Infraestructura y Servicios Públicos, se destacó el desarrollo de la iniciativa “Casa de los Cuidados”, orientada a distintas poblaciones, incluyendo personas mayores, así como el avance en obras vinculadas a hogares y espacios con criterios de accesibilidad, aportando una dimensión clave en términos de autonomía y diseño inclusivo. Sin embargo, se informó que esta iniciativa en este momento no se encuentra en ejecución por cuestiones de limitación presupuestaria.

Por su parte, el Ministerio de Desarrollo de la Comunidad presentó un conjunto amplio de programas orientados al cuidado y la inclusión, entre ellos “Mayores Bonaerenses Activos” y “Mayores Bonaerenses Conectados”, junto con propuestas culturales, recreativas e intergeneracionales. Se resaltó el carácter territorial de estas políticas y su articulación con municipios e instituciones locales.

Desde IOMA se expusieron acciones centradas en la promoción de la salud y el bienestar de las personas mayores afiliadas, a través de talleres presenciales y virtuales, dispositivos de acompañamiento territorial mediante agentes sanitarios y herramientas digitales como el mapa interactivo de actividades. Asimismo, se destacó la generación de información a partir de encuestas que permiten ajustar las propuestas según las demandas territoriales.

El Ministerio de Mujeres y Diversidad aportó la perspectiva de género y diversidad como eje transversal, destacando la necesidad de incorporar un enfoque interseccional en el abordaje de las personas mayores. Se mencionó el trabajo de la Línea 144, la producción de informes estadísticos con desagregación etaria y el desarrollo de contenidos específicos sobre vejez, sexualidad y diversidad.

En el ámbito de los derechos humanos, se presentaron iniciativas como el programa “Mayores con Derechos”, espacios de formación y concursos culturales vinculados a la memoria y la historia reciente, promoviendo la participación activa de personas mayores en la producción de contenidos y en la construcción de memoria colectiva.

El Instituto Cultural destacó su rol en la promoción del acceso a la cultura desde una perspectiva gerontológica, impulsando propuestas que reconocen a las personas mayores como sujetos activos de producción cultural, y articulando acciones con otros organismos para garantizar el acceso a actividades artísticas y culturales.

Por su parte, el Instituto de Previsión Social (IPS) presentó iniciativas orientadas a la recreación, el turismo y la producción de contenidos culturales, como el calendario *Paisajes Mayores* y las actividades teatrales en articulación con el Instituto Cultural, fortaleciendo el vínculo con las personas jubiladas más allá de la prestación económica.

Finalmente, el Ministerio de Salud expuso el desarrollo de una estrategia integral en salud para personas mayores, incluyendo capacitaciones, dispositivos territoriales, fiscalización de instituciones, líneas de atención específicas y la incorporación de esta población como eje prioritario en el plan quinquenal.

Vale aclarar que la Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires no pudo, por cuestiones operativas, hacerse presente en dicho encuentro, por lo que lo relevado de dicho organismo surgió en la segunda etapa de entrevistas individuales.

En términos generales, la reunión permitió identificar como principales características del trabajo de la Mesa:

- Intersectorialidad
- Territorialidad
- Complementariedad de las políticas públicas
- Existencia de múltiples iniciativas en funcionamiento con distintos niveles de desarrollo (Ver **Tabla 6. Políticas públicas recopiladas a partir de la entrevista grupal**)

A su vez, se evidenció la importancia de fortalecer la articulación comunicacional entre los organismos, tanto para mejorar la visibilidad de las acciones como para facilitar el acceso de las personas mayores a la información y a los programas disponibles. La entrevista grupal permitió a los propios organismos cruzar datos relevantes de cada organismo que, pese al trabajo conjunto, aún se desconocían.

Este punto resulta especialmente relevante: incluso al interior de la Mesa persisten márgenes de desconocimiento recíproco, lo que refuerza la necesidad de una arquitectura de comunicación más integrada.

Como conclusión, se puede afirmar que la Mesa se consolida como un espacio estratégico de coordinación, intercambio y construcción colectiva, con potencial para avanzar hacia una mayor integración de las políticas y una comunicación más eficaz y accesible para la población mayor de la provincia.

Tabla 6. Políticas públicas recopiladas a partir de la entrevista grupal.

Organismo / Área	Programa o Proyecto	Descripción
Ministerio de Infraestructura / Obras Públicas	Casa de los Cuidados	Proyecto de infraestructura destinado a primeras infancias, personas con discapacidad y personas mayores. Actualmente paralizado por cuestiones presupuestarias.
	Obras de cuidado y hogares	Revisión de obras paralizadas o en ejecución; posibilidad de retomarlas mediante convenios con municipios o finalización de obras avanzadas.
	Diseño accesible de espacios	Incorporación de criterios de accesibilidad y necesidades territoriales en la planificación de obras públicas vinculadas al cuidado.
Ministerio de Comunicación Pública	Cosa de Grandes	Publicación orientada a visibilizar experiencias, derechos y actividades de personas mayores.
	Comunicación de políticas públicas	Aporte de una perspectiva comunicacional a las políticas de la mesa interinstitucional sobre personas mayores.
Ministerio de Desarrollo de la Comunidad / Dirección de Promoción de Derechos de Personas Mayores	Convenios con hogares de larga estadía	Otorgamiento de becas a instituciones para garantizar el acceso de personas mayores a residencias.
	Mayores Bonaerenses Conectados	Talleres para promover el acceso a herramientas digitales (uso de celulares, apps, prevención de estafas, trámites digitales).
	Mayores Bonaerenses Activos	Becas y aportes a centros de jubilados para actividades, talleres, mejoras edilicias y gastos de funcionamiento.
	Actividades culturales y recreativas	Articulación con el Instituto Cultural: obra teatral “Los pasos del tiempo”, visitas a museos y actividades culturales.

Organismo / Área	Programa o Proyecto	Descripción
IOMA / Dirección de Promoción, Atención y Cuidado del Afiliado	Talleres para personas mayores afiliadas	Talleres culturales, recreativos y de salud (memoria, teatro, yoga, tejido, lectura, actividad física, etc.) en toda la provincia.
	Visitas domiciliarias	Acompañamiento territorial por agentes sanitarios a personas mayores afiliadas.
	Inclusión digital	Asistencia en el uso de aplicaciones, trámites digitales y firma digital.
	Talleres virtuales	Propuesta para incluir a personas mayores con dificultades de movilidad o que viven en localidades pequeñas.
	Capacitación en buen trato	Formación de agentes sanitarios en perspectiva de derechos y trato adecuado a personas mayores.
Ministerio de Mujeres y Diversidad / Línea 144	Atención a víctimas de violencia por razones de género	Servicio provincial de atención y acompañamiento ante situaciones de violencia, incluyendo a mujeres mayores.
	Informes estadísticos	Producción de datos y análisis sobre las situaciones atendidas por la línea.
Ministerio de Mujeres y Diversidad / Dirección de Políticas para la Igualdad	Dossier sobre sexualidad y diversidad	Material educativo para personas mayores sobre sexualidad, diversidad y prevención de enfermedades de transmisión sexual.
	Participación en Cosa de Grandes	Aportes desde la perspectiva de género y diversidad en la publicación.

Organismo / Área	Programa o Proyecto	Descripción
Subsecretaría de Derechos Humanos	Programa Mayores con Derechos	Programa específico para promover los derechos humanos de las personas mayores.
	Curso Derechos Humanos y Personas Mayores	Formación virtual para la comunidad sobre derechos y envejecimiento.
	Concurso literario “Memorias mayores: 50 años, 50 voces”	Convocatoria para relatos de personas mayores en el marco de los 50 años del último golpe de Estado.
	Programa Recogiendo Memoria	Visitas a espacios de memoria y trabajo intergeneracional sobre memoria histórica.
Instituto Cultural de la Provincia	Producción cultural de personas mayores	Promoción de las personas mayores como protagonistas y productoras de cultura.
	Actividades artísticas y culturales	Talleres, artesanías, escritura, lectura y actividades culturales en articulación con municipios.
	Plataforma audiovisual provincial (BAFILMA)	Plataforma de contenidos audiovisuales con materiales culturales y educativos.
Instituto de Previsión Social (IPS)	Turismo social para personas mayores	Convenios con municipios para turismo accesible, especialmente en destinos termales.
	Calendario “Paisajes Mayores”	Producción audiovisual y documental con personas mayores como guías de sus territorios.
	Actividades culturales	Articulación con teatro independiente y actividades recreativas en centros de jubilados.

Organismo / Área	Programa o Proyecto	Descripción
Ministerio de Salud / Área de Envejecimiento Saludable	Plan provincial de salud de personas mayores	Desarrollo de una estrategia integral dentro del plan quinquenal de salud.
	Capacitación a equipos de salud	Formación en gerontología, buen trato, fragilidad, cuidados domiciliarios y derechos de personas mayores.
	Fiscalización de instituciones de larga estadía	Control sanitario de establecimientos que alojan personas mayores.
	Promoción territorial de la salud	Actividades comunitarias de promoción de salud con personas mayores.

Fuente: Elaboración propia, a partir de recopilación de información brindada durante las entrevistas grupales.

ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS POR ÁREA

Se desarrollaron entrevistas semiestructuradas con cada área interviniente para relevar de forma comparable: acciones, productos, públicos, canales, dificultades y prácticas vigentes. Esta etapa constituyó el núcleo del relevamiento y tiene como resultado la construcción de fichas estandarizadas por área, un inventario de materiales y acciones comunicacionales, y la generación de insumos directos para el diagnóstico comunicacional y para la elaboración de matrices de motivaciones y consumos culturales. A diferencia del relevamiento documental, esta instancia permitió acceder a políticas efectivamente implementadas, aunque no siempre visibles en el ecosistema público de información.

Objetivos:

- Relevar acciones, productos, públicos, canales, dificultades.
- Construir fichas por área.
- Lograr un inventario
- Construir insumos para diagnóstico y matrices

El diseño de la Guía de Entrevista Semiestructurada (Anexo II) responde a la necesidad de obtener información primaria que permita contrastar el relevamiento documental con la operatividad real de los organismos. Se optó por un formato semiestructurado para garantizar la recolección de datos técnicos comunes (comparabilidad) sin limitar la aparición de matices y particularidades propias de cada gestión ministerial.

La matriz se organizó en ejes analíticos estratégicos que fundamentan el diagnóstico comunicacional:

- **Validación de Políticas y Programas:** Para identificar la existencia institucional de acciones que, en muchos casos, no cuentan con una huella digital evidente. Este eje sirve para actualizar el mapa de políticas públicas de la Provincia.
- **Dimensión de Soportes y Productos:** Indaga sobre la materialidad de la comunicación. Es crucial para detectar la prevalencia de materiales físicos sobre los digitales y entender cómo se produce el material que luego llega al territorio.
- **Análisis de la Brecha Digital y Accesibilidad:** Este apartado fundamenta la viabilidad del Plan de Comunicación. Busca entender si los organismos consideran barreras de accesibilidad al diseñar sus mensajes o si la comunicación es meramente traslativa del lenguaje administrativo.

- **Articulación Institucional:** Evalúa el grado de sinergia entre los organismos. El objetivo es determinar si la participación en la Mesa Interinstitucional ha logrado permear en las estrategias de comunicación propias de cada área o si se mantienen lógicas de trabajo en compartimentos estancos.
- **Detección de Obstáculos y Proyecciones:** Este eje es el insumo principal para las recomendaciones del Informe Final. Se centra en las dificultades y potencial falta de herramientas de medición de impacto.

Las entrevistas individuales fueron realizadas a referentes de los organismos participantes, previa aprobación del Ministerio de Comunicación Pública. (Ver **Tabla 7. Referentes entrevistados**)

Tabla 7. Referentes entrevistados.

Nº de Entrevista	Organismo	Área	Nombre	Apellido	Cargo
1	Ministerio de Comunicación Pública	Dirección de Políticas Públicas de Comunicación	Griselda	Guillén	Directora
2	Subsecretaría de Derechos Humanos, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos	Dirección de Promoción de Derechos Humanos	Soledad	Grizzia	Directora
3	Ministerio de Desarrollo de la Comunidad	Dirección Provincial de Políticas de Cuidado	Ayelén	Pino	Directora provincial
		Dirección de Promoción de Derechos para Personas Mayores	Claudia	del Bianco	Directora
4	IOMA	Dirección de Promoción, Atención y Prevención en Salud	Nicole	Guibert	Directora
5	IPS	Dirección de Comunicación Institucional	Lautaro	Sosa Acha	Director
		Departamento de Vínculo con la Comunidad	Celeste	Chereau	Coordinadora
6	Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires	Dirección General de Discapacidad y Personas Mayores	Pablo	Coelho	Coordinador General
7	Ministerio de Mujeres y Diversidad	Dirección de Atención a Víctimas de Violencias por Razones de Género (Línea 144)	Martina	Latrubesse	Directora

N° de Entrevista	Organismo	Área	Nombre	Apellido	Cargo
8	Ministerio de Mujeres y Diversidad	Dirección Programas Especiales	Paola	Enrico	Directora
9	Ministerio de Salud	Dirección de Prevención de Enfermedades No Transmisibles	Matias	Duca	Director

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Sistematización de la Información: Matriz de Análisis

A partir de la aplicación de las guías de entrevista semiestructuradas, se procedió a la construcción de una Matriz de Análisis Comparativa (Ver Anexo V **Matriz de Análisis**), diseñada para procesar y categorizar la información recolectada en el trabajo de campo. Esta matriz actúa como un dispositivo de síntesis que traduce la pluralidad de voces y experiencias de los organismos en variables estandarizadas, facilitando la identificación de patrones, recurrencias y asimetrías en la comunicación pública destinada a personas +50.

A través de este instrumento, los datos cualitativos se organizan en ejes estratégicos, permitiendo no solo documentar las acciones vigentes, sino fundamentalmente detectar los nudos críticos y las áreas de oportunidad que servirán de base para el diseño del Plan de Comunicación 2026-2027. Esto habilita un pasaje metodológico clave: del inventario de iniciativas a la identificación de problemas estructurales y prioridades de intervención.

Las entrevistas realizadas permitieron identificar patrones comunes y diferencias significativas en las estrategias comunicacionales dirigidas a personas mayores. Más allá de la diversidad de áreas y competencias, emergen regularidades que permiten pensar el sistema como un campo con problemas estructurales compartidos.

En términos generales, las entrevistas evidencian que las políticas públicas orientadas a este grupo poblacional presentan un desarrollo heterogéneo en su dimensión comunicacional, tanto en relación con la planificación como con los canales, formatos y niveles de segmentación. La heterogeneidad no es solo de intensidad: también es de enfoque, recursos, autonomía comunicacional y capacidad de evaluación.

Uno de los rasgos más relevantes es que, en la mayoría de los organismos, la comunicación no se estructura como una estrategia específica para personas mayores, sino que se integra dentro de las políticas generales de comunicación institucional. En este sentido, áreas como salud, derechos humanos y mujeres incorporan a las personas mayores dentro de un universo más amplio de destinatarios, lo que limita la construcción de mensajes y dispositivos adaptados a sus características particulares. Esto produce una presencia real pero difusa de las personas mayores en la comunicación estatal.

En contraposición, algunos organismos como IOMA o el IPS presentan un mayor desarrollo en la organización de sus estrategias comunicacionales, con dispositivos más estructurados, diversidad de canales y mecanismos de evaluación que permiten ajustar las acciones en función de la demanda. Sin embargo, incluso en estos casos, se identifican tensiones entre la oferta digital y las formas efectivas de

acceso de la población mayor. La existencia de mejores capacidades institucionales no elimina, por sí sola, las barreras de llegada y apropiación.

Un segundo elemento transversal es la centralidad de la territorialidad como canal de comunicación. En prácticamente todas las entrevistas se destaca que la llegada efectiva a las personas mayores se produce a través de redes locales, agentes territoriales, municipios, centros de jubilados y referentes comunitarios. El “boca a boca” aparece de manera recurrente como el mecanismo más eficaz de difusión, por encima de los canales digitales. Esta lógica resulta efectiva para convocar, pero limitada para ampliar públicos heterogéneos y para consolidar visibilidad sistémica del accionar provincial.

Las políticas públicas implementadas se efectivizan sobre un público particular: organizado, perteneciente a un círculo específico como redes municipales, organizaciones de la sociedad civil o entidades religiosas. Sin embargo, existen escasas estrategias de comunicación directa para convocar al público +50 que queda por fuera de estos grupos de pertenencia. La política llega, pero muchas veces lo hace por cercanía y no por sistema.

En relación con la brecha digital, se consolida como uno de los principales obstáculos. Si bien muchos organismos han desarrollado herramientas digitales (páginas web, formularios, aplicaciones, redes sociales), estas no siempre resultan accesibles o utilizadas por las personas mayores, lo que obliga a complementar las estrategias con formatos presenciales, impresos o mediaciones institucionales que también se ven muchas veces afectadas por cuestiones presupuestarias. La brecha digital no es solo tecnológica: también es cultural, de confianza y de apropiación.

Otro aspecto relevante es la baja segmentación de públicos. La mayoría de los materiales comunicacionales están dirigidos al público general, con escasas adaptaciones específicas para personas mayores en términos de lenguaje, formato o accesibilidad. En algunos casos se observan avances —como materiales impresos, lenguaje claro o propuestas audiovisuales—, pero no constituyen aún una política sistemática. La falta de segmentación reduce pertinencia, comprensión y capacidad de interpelación.

Asimismo, se identifica una limitada evaluación del impacto comunicacional. Salvo en organismos con mayor desarrollo institucional, las evaluaciones suelen ser indirectas, informales o centradas en indicadores básicos como inscripciones o participación, sin contar con herramientas sistemáticas de medición del alcance o la efectividad de los mensajes. Sin evaluación sistemática, resulta más difícil corregir estrategias, justificar recursos y convertir aprendizajes en política pública acumulativa.

En términos de contenido, se destaca la diversidad de enfoques: desde la promoción de derechos, el cuidado y la salud, hasta la cultura, la recreación y la

inclusión digital. Sin embargo, las entrevistas también ponen en evidencia la necesidad de incorporar de manera más consistente perspectivas transversales, como género, diversidad y lucha contra el vejeismo, que actualmente aparecen de manera desigual según el organismo. En este aspecto vale también destacar que la Mesa se encuentra en un trabajo constante de capacitación, formación y generación de contenidos para sus propios agentes de atención y territoriales. Esto muestra un sistema en movimiento, pero todavía desigual en la incorporación de sus propios enfoques innovadores.

Finalmente, todas las entrevistas coinciden en señalar el rol central de la Mesa Interinstitucional como espacio de articulación, intercambio y fortalecimiento de las políticas. La Mesa no solo permite coordinar acciones, sino también potenciar la comunicación, validar contenidos y ampliar el alcance de las iniciativas. La Mesa aparece, así, como la principal plataforma para reducir dispersión y construir coherencia narrativa entre organismos.

3. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

3.1 Análisis cualitativo de narrativas, tonos y mensajes

Sobre la base del relevamiento exhaustivo y sistemático de acciones, programas, dispositivos y materiales comunicacionales producidos por los organismos que integran la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores, se desarrolló un análisis cualitativo orientado a identificar las principales narrativas, tonos y mensajes que estructuran la comunicación pública provincial dirigida a la población mayor de 50 años.

En primer lugar, se realizó un inventario de acciones comunicacionales (Tabla 8), que incorporó todo lo relevado en las etapas anteriores.

Tabla 8. Inventario de acciones comunicacionales

Organismo	Programa / Dispositivo	Tipo	Descripción	Público	Formato	Canal	Link
Ministerio de Comunicación Pública	Cosa de Grandes	Serie editorial	Material informativo y recreativo sobre envejecimiento activo	Personas mayores / general	PDF / Web	Web institucional	https://www.gba.gob.ar/cosa_de_grandes
Ministerio de Comunicación Pública	Portal institucional	Web institucional	Portal de noticias, gacetillas y contenidos oficiales	General	Web	Web	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica
Ministerio de Comunicación Pública	Gacetillas oficiales	Contenido institucional	Noticias y difusión de políticas públicas	General	Web	Web / redes	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica/gacetillas
Ministerio de Comunicación Pública	Somos Bonaerenses	Audiovisual	Programa sobre identidad y territorio	General	TV / digital	Medios / web	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica/gacetillas/vuelve_%E2%80%9Csomos_bonaerenses%E2%80%9D_con_su_quinta_temporada
Ministerio de Comunicación Pública	Mapa de Medios Bonaerenses	Plataforma	Registro de medios provinciales	Institucional	Web	Web	https://www.gba.gob.ar/comunicacion_publica
Ministerio de Salud	Guía de buen trato	Material educativo	Recomendaciones para trato a personas mayores	General / equipos	PDF	Web	https://www.gba.gob.ar/saludprovincia/informes_de_gestion/gu%C3%ADa_de_recomendaciones_para_el_buen_trato_de_las_personas

Organismo	Programa / Dispositivo	Tipo	Descripción	Público	Formato	Canal	Link
Ministerio de Salud	Guía adaptaciones vivienda	Material educativo	Adaptaciones para autonomía	General	PDF	Web	https://www.gba.gob.ar/saludprovincia/informes_de_gestion/gu%C3%ADa_de_recomendaciones_y_adaptaciones_para_garantizar_una
Ministerio de Salud	Podcast Derechos y Vejece	Audiovisual	Contenidos sobre derechos y envejecimiento	General	Audio	Web	https://campusff.ms.gba.gov.ar/floreal/derechos-y-vejeces/
Ministerio de Salud / DDHH	Recetario provincial	Material cultural	Recetas con memoria e identidad	Personas mayores	PDF	Web	https://derechoshumanos.mjus.gba.gov.ar/recetario-provincial/
Ministerio de Derechos Humanos	Programa Mayores con Derechos	Programa	Promoción de derechos y formación	General / mayores	Talleres / cursos	Territorial / web	https://derechoshumanos.mjus.gba.gov.ar/
Ministerio de Derechos Humanos	Curso DDHH y Personas Mayores	Formación	Capacitación abierta	General	Virtual	Web	https://derechoshumanos.mjus.gba.gov.ar/
Ministerio de Derechos Humanos	Concurso Memorias Mayores	Acción cultural	Producción de relatos y memoria	Personas mayores	Convocatoria	Territorial	https://derechoshumanos.mjus.gba.gov.ar/
Ministerio de Mujeres y Diversidad	Línea 144	Dispositivo	Atención a violencias	General	Telefónico / digital	Multicanal	https://www.gba.gob.ar/mujeres/linea144
Ministerio de Mujeres y Diversidad	Informes estadísticos	Documentación	Datos sobre violencia	Institucional	PDF	Web	https://www.gba.gob.ar/mujeres

Organismo	Programa / Dispositivo	Tipo	Descripción	Público	Formato	Canal	Link
Ministerio de Mujeres y Diversidad	Dossier sexualidad y vejez	Material educativo	Sexualidad, diversidad y ESI	Personas mayores	PDF (en desarrollo)	Mesa / web	(en desarrollo)
IOMA	IOMA a tu lado	Programa	Acompañamiento integral afiliados	Personas mayores afiliadas	Territorial / digital	Web / agentes	https://www.ioma.gba.gob.ar
IOMA	Talleres para mayores	Actividad	Actividades culturales y salud	Personas mayores	Presencial	Territorial	https://www.ioma.gba.gob.ar
IOMA	App IOMA Digital	Plataforma	Gestión de servicios	Afiliados	App	Digital	https://www.ioma.gba.gob.ar
IPS	Buenos Aires Siempre Activa	Programa	Recreación y cultura	Jubilados	Territorial	Mixto	https://www.ips.gba.gob.ar
IPS	Paisajes Mayores	Contenido audiovisual	Turismo y cultura	Personas mayores	Video	Digital	https://www.ips.gba.gob.ar
IPS	Teatro y cultura	Acción cultural	Acceso cultural	Personas mayores	Presencial	Territorial	https://www.ips.gba.gob.ar
Desarrollo de la Comunidad	Mayores Bonaerenses Activos	Programa	Becas para centros	Personas mayores	Territorial	Territorial	https://www.gba.gob.ar/desarrollo_de_la_comunidad
Desarrollo de la Comunidad	Mayores Bonaerenses Conectados	Programa	Inclusión digital	Personas mayores	Talleres	Territorial	https://www.gba.gob.ar/desarrollo_de_la_comunidad
Desarrollo de la Comunidad	Hogares y Casas de Día	Dispositivo	Cuidado y contención	Personas mayores	Territorial	Territorial	https://www.gba.gob.ar/desarrollo_de_la_comunidad

Organismo	Programa / Dispositivo	Tipo	Descripción	Público	Formato	Canal	Link
Defensoría del Pueblo	Atención y orientación	Dispositivo	Recepción de reclamos	General	Multicanal	Territorial	https://www.defensorba.org.ar
Defensoría del Pueblo	Campañas de derechos	Comunicación	Difusión de derechos	General	Digital / territorial	Mixto	https://www.defensorba.org.ar

El corpus analizado incluye materiales gráficos, digitales, audiovisuales y territoriales, así como dispositivos de atención, formación y promoción de derechos. La sistematización de esta información en un inventario digital estandarizado permitirá observar no solo la diversidad de acciones existentes, sino también los sentidos que circulan en torno a la vejez, los modos en que se representa a las personas mayores y las estrategias discursivas que predominan en las distintas áreas del Estado. La diversidad de acciones es relevante; pero, por sí sola, no garantiza la existencia de un sistema comunicacional integrado y reconocible para la ciudadanía

- **Narrativa predominante: de la asistencia a los derechos**

Uno de los rasgos más significativos del análisis es el desplazamiento general desde enfoques tradicionales de tipo asistencial hacia una narrativa basada en derechos, participación y envejecimiento activo. En el conjunto de programas y materiales relevados, las personas mayores no aparecen definidas exclusivamente por la fragilidad, la dependencia o la pasividad, sino como sujetos de derecho, con capacidad de agencia, participación social, producción cultural y autonomía.

Esta narrativa se observa con claridad en políticas como “Mayores Bonaerenses Activos” y “Mayores Bonaerenses Conectados”, donde el acento está puesto en la inclusión, la participación comunitaria, el acceso a herramientas tecnológicas y el fortalecimiento de espacios colectivos. Del mismo modo, en el ámbito de Derechos Humanos, el programa “Mayores con Derechos” y el concurso “Memorias mayores: 50 años, 50 voces” construyen una imagen de las personas mayores como protagonistas de la memoria, la reflexión y la producción de sentido. En el plano cultural, las acciones del Instituto Cultural y del IPS refuerzan esta mirada al presentar a las personas mayores como participantes activas de experiencias artísticas, recreativas y de circulación cultural.

En conjunto, el sistema comunicacional relevado propone una imagen de la vejez ligada a la dignidad, la autonomía y la ciudadanía, en consonancia con la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores y con un enfoque de políticas públicas que busca desarmar representaciones estigmatizantes.

- **Pluralización de la vejez y diversidad de experiencias**

Otro hallazgo central es la construcción de una representación plural de la vejez. La información relevada no muestra una única forma de ser persona mayor, sino una diversidad de trayectorias, intereses, condiciones y modos de participación. Las personas mayores aparecen vinculadas al arte, la recreación, la salud, la memoria, la defensa de derechos, la inclusión digital, el turismo, la formación y la participación

comunitaria. Esta pluralización rompe con los reduccionismos clásicos y amplía el campo de lo pensable en materia de política pública y comunicación

Esta pluralidad se expresa con especial claridad en el corpus “Cosa de Grandes”, que reúne historias de vida, experiencias colectivas, información útil y contenidos recreativos, producto del trabajo colaborativo realizado por Mesa en donde se ponen en circulación temas como bienestar, relaciones, derechos, comunidad, diversidad y ciudadanía. También se refleja en la variedad de talleres de IOMA, en los programas territoriales del Ministerio de Desarrollo de la Comunidad y en las propuestas culturales y de memoria impulsadas por otros organismos. La amplitud temática es, aquí, una fortaleza: evita encapsular a las personas mayores en una agenda exclusivamente asistencial o sanitaria.

La pluralización de la vejez resulta especialmente importante porque rompe con los esquemas reduccionistas que asocian el envejecimiento únicamente con enfermedad o retiro. Por el contrario, el sistema de mensajes relevado construye a las personas mayores como una población heterogénea, atravesada por múltiples dimensiones de la vida social, cultural, política y afectiva.

- **Tonos institucionales, cercanos y pedagógicos**

En cuanto a los tonos predominantes, el análisis permite identificar una combinación de tres registros principales: institucional, cercano y pedagógico. La coexistencia de estos tonos constituye una fortaleza, en la medida en que permite informar, acompañar e interpelar sin reducir la comunicación a un único registro burocrático.

El tono institucional predomina en la difusión de líneas de atención, programas, servicios, convocatorias y políticas públicas. Se observa, por ejemplo, en la comunicación de dispositivos como los de la Defensoría del Pueblo o los servicios del IPS. En estos casos, el mensaje apunta a informar, ordenar el acceso a recursos y dar legitimidad a la intervención estatal.

Sin embargo, este tono institucional suele combinarse con un registro de cercanía, visible en materiales territoriales, talleres, manuales, cuadernillos, actividades culturales y propuestas comunitarias. La cercanía se construye mediante el uso de lenguaje claro, ejemplos cotidianos, relatos en primera persona, apelaciones directas y formatos más amigables.

En el caso de “Cosa de Grandes”, esta combinación es particularmente evidente: la publicación articula narrativa periodística, dimensión lúdica e información institucional, logrando un tono accesible y afectivamente próximo.

A ello se suma un tono pedagógico, presente en materiales y programas que no sólo difunden información sino que buscan enseñar, acompañar y facilitar aprendizajes concretos. Es el caso de los talleres de inclusión digital, los manuales

de conectividad, las guías de buen trato y de adaptaciones en vivienda, las capacitaciones en derechos humanos, y diversas propuestas de formación en salud y gerontología. En estos casos, la comunicación aparece integrada a la política pública como herramienta de intervención y no sólo como soporte de difusión. Esto resulta especialmente relevante en un campo donde el acceso a derechos depende muchas veces de mediaciones y aprendizajes prácticos.

- **Mensajes centrales del sistema comunicacional**

El análisis transversal permite identificar un conjunto de mensajes recurrentes que organizan la comunicación de los distintos organismos.

El primero de ellos es que las personas mayores son sujetos de derecho y que el Estado tiene la obligación de garantizar condiciones de acceso, protección y participación. Este mensaje aparece en áreas como salud, derechos humanos, desarrollo social, género, defensoría y seguridad social.

El segundo mensaje es que envejecer no equivale a quedar al margen de la vida social, sino que puede asociarse con participación, disfrute, creatividad, aprendizaje y presencia en la comunidad. Este núcleo es muy visible en programas de recreación, cultura, talleres, turismo, teatro, memoria e intercambio intergeneracional.

El tercer mensaje es que la comunicación misma constituye una herramienta de inclusión. Esto se observa especialmente en los programas de inclusión digital, en la preocupación por el acceso a información clara, en los materiales impresos y en las mediaciones territoriales que intentan resolver barreras de acceso. La comunicación no aparece aquí como un complemento secundario de la política, sino como una condición para su efectivización.

El cuarto mensaje, más reciente pero significativo, es que la vejez debe ser abordada también desde la perspectiva de género, diversidad y sexualidad. Este eje aparece en el trabajo del Ministerio de Mujeres y Diversidad, en la Línea 144, en la incorporación de la cuestión etaria a los informes de violencias y en el desarrollo de un dossier específico sobre viejismo, sexualidad y diversidad para personas mayores.

- **Territorialidad como forma dominante de circulación**

Un aspecto clave del análisis es que la comunicación dirigida a personas mayores se sostiene, en gran medida, sobre lógicas de proximidad territorial. Aunque los organismos cuentan con páginas web, redes sociales, formularios, apps, newsletters o mailing, la llegada efectiva a las personas mayores se produce mayoritariamente a través de municipios, centros de jubilados, delegaciones, agentes sanitarios, instituciones comunitarias y redes locales. La territorialidad es, al mismo tiempo, una

fortaleza de cercanía y una señal de que el sistema aún depende fuertemente de intermediaciones para lograr alcance real.

Las entrevistas muestran que el “boca a boca” sigue siendo uno de los mecanismos más efectivos, especialmente en aquellos públicos con menor familiaridad digital. Esto aparece con fuerza en IOMA, IPS, Defensoría, Desarrollo de la Comunidad y Derechos Humanos. Incluso en organismos con infraestructura digital más consolidada, la territorialidad continúa siendo el soporte principal de apropiación y circulación real de la información.

Esta característica permite afirmar que el sistema comunicacional +50 tiene una fuerte impronta territorial, lo que constituye una fortaleza en términos de cercanía, pero también una limitación cuando no existe suficiente sistematización o cobertura homogénea en todo el territorio. La experiencia de acceso puede variar de manera significativa según municipio, red local disponible o presencia institucional.

- **Brecha digital, accesibilidad y tensiones del sistema**

La brecha digital aparece como uno de los principales desafíos compartidos por los organismos. Aun cuando existe una expansión de soportes digitales, muchas áreas reconocen que esos canales no siempre resultan suficientes para garantizar acceso efectivo a las personas mayores. Se mencionan, entre otros obstáculos, la dificultad para llegar a los sectores más vulnerables, la dependencia de intermediarios, la desconfianza hacia canales como WhatsApp por las estafas, y la falta de espacios web claramente accesibles o visibles.

En paralelo, se identifican esfuerzos parciales para mejorar la accesibilidad: uso de lenguaje claro, materiales impresos, tipografías más legibles, contraste visual, talleres específicos de alfabetización digital, acompañamiento presencial y producción de manuales. No obstante, estas estrategias no siempre están consolidadas como política transversal y uniforme en todos los organismos.

Por ello, puede afirmarse que existe una tensión entre una comunicación pública que avanza en términos de narrativa inclusiva y una infraestructura comunicacional que todavía presenta límites materiales, tecnológicos y presupuestarios.

- **Diferencias entre organismos y desigualdad de desarrollo comunicacional**

Se advierten distintos niveles de desarrollo comunicacional. Algunos organismos cuentan con dispositivos consolidados, identidad visual clara, variedad de canales y mayores capacidades de evaluación, como IOMA, IPS o el Ministerio de Comunicación Pública. Otros, en cambio, dependen más fuertemente de la comunicación general del organismo, de convenios territoriales o de áreas externas

de prensa y comunicación, como ocurre en Desarrollo de la Comunidad o en algunas líneas específicas del Ministerio de Salud.

También existen diferencias en la especificidad temática. Mientras algunas áreas tienen programas explícitamente orientados a personas mayores, otras incorporan a esta población dentro de universos más amplios, como sucede en la Línea 144 o en varias áreas sanitarias. Esto genera un sistema donde la presencia de las personas mayores en la comunicación pública es real y significativa, pero todavía desigual en visibilidad, profundidad y especialización.

- **Conclusiones**

El primer análisis cualitativo de narrativas, tonos y mensajes permite concluir que el sistema comunicacional vinculado a la población mayor de 50 años en la Provincia de Buenos Aires presenta una base discursiva robusta, fundada en derechos, participación, autonomía, diversidad y envejecimiento activo. Se trata de una comunicación pública que, en términos generales, busca desmontar el viejismo, ampliar la representación social de la vejez y consolidar el rol del Estado como garante de acceso y bienestar. Ese es, sin dudas, uno de los principales capitales construidos hasta el momento.

Sin embargo, esta fortaleza narrativa convive con desigualdades en el desarrollo comunicacional entre organismos, fuerte dependencia de la territorialidad, dificultades persistentes de accesibilidad y brecha digital, y limitada evaluación sistemática del impacto de las acciones. En este contexto, la Mesa Interinstitucional se consolida como el principal espacio de articulación y como la plataforma con mayor potencial para avanzar hacia una estrategia comunicacional más integrada, coherente y accesible para la población +50. El principal desafío identificado no radica en la ausencia de políticas, sino en su capacidad de ser identificadas, comprendidas y utilizadas por la población.

Una narrativa modernizada, atada a los nuevos paradigmas sobre la longevidad, requiere de sistematización y espacios multiplataforma para consolidarse como el nuevo sentido común mayoritario. La Mesa aborda esta cuestión, aunque aún son insuficientes los recursos destinados y las políticas comunicacionales implementadas. La política pública existe; el desafío es que también exista, con mayor claridad y continuidad, en la vida cotidiana de las personas mayores.

Estas limitaciones adquieren una nueva dimensión en contextos de mayor longevidad: no todas las personas acceden de la misma manera a la información, ni cuentan con las mismas herramientas para proyectar su vida en el tiempo. Se configuran así nuevas desigualdades vinculadas al acceso efectivo a derechos, a la capacidad de planificación y a la construcción de redes de apoyo, que se suman a las brechas ya existentes.

3.2 Evaluación de formatos, accesibilidad, lectura y diseño

Sobre la base del relevamiento documental realizado, se observa que el ecosistema comunicacional vinculado a las personas mayores en la Provincia de Buenos Aires presenta una estructura heterogénea en términos de formatos, soportes y estrategias de diseño, con predominio de lógicas institucionales tradicionales y una incipiente incorporación de enfoques más accesibles.

Tal como surge del análisis de materiales institucionales, sitios web y piezas específicas, la comunicación pública combina soportes editoriales, dispositivos territoriales y entornos digitales, aunque sin una integración sistemática que garantice una experiencia coherente para las personas destinatarias.

En términos de formatos, se identifica una fuerte presencia de materiales en soporte PDF y publicaciones editoriales descargables, lo que facilita la circulación y archivo de contenidos, pero al mismo tiempo limita las posibilidades de interacción, actualización dinámica y adaptación a distintos niveles de alfabetización digital.

Esta predominancia de formatos estáticos convive con la existencia de plataformas digitales institucionales robustas, aunque estas no siempre se encuentran organizadas desde la lógica de navegación de las personas mayores, sino desde criterios administrativos o de gestión interna.

En este sentido, el problema no radica en la ausencia de producción, sino en la dificultad para traducir esa producción en experiencias de acceso simples, intuitivas y centradas en las personas destinatarias.

Desde la perspectiva de la accesibilidad, el análisis permite identificar avances significativos en el uso de lenguaje claro, cercano y no técnico en ciertos dispositivos —particularmente en “Cosa de Grandes”— donde se prioriza la comprensión y la apropiación de los contenidos por parte de públicos diversos. Sin embargo, este criterio no se encuentra sistematizado en el conjunto de las piezas relevadas, evidenciándose diferencias marcadas entre organismos y tipos de materiales. La accesibilidad aparece, en muchos casos, como una cualidad emergente de iniciativas específicas más que como un estándar transversal de la comunicación pública.

En relación con la legibilidad y la claridad de lectura, los materiales editoriales analizados presentan, en general, una adecuada organización de la información, con estructuras modulares que permiten distintos niveles de lectura y facilitan la navegación interna. No obstante, esta fortaleza convive con limitaciones en otros entornos, particularmente en plataformas digitales donde la sobrecarga de información, la falta de segmentación por públicos y la ausencia de jerarquización

clara dificultan la identificación rápida de contenidos relevantes para personas mayores.

En términos de diseño, se observa una tensión entre dos modelos. Por un lado, piezas que responden a una estética institucional tradicional, con predominio de formatos formales, baja experimentación visual y escasa adaptación a consumos culturales contemporáneos. Por otro, experiencias más innovadoras —como el Recetario Provincial o determinadas producciones culturales— que incorporan una dimensión estética, emocional y participativa, logrando mayor identificación con los públicos destinatarios. Esta coexistencia da cuenta de un sistema comunicacional en transición, donde aún no se consolida una identidad visual y discursiva homogénea para la temática de la longevidad.

Asimismo, la evaluación de compatibilidad con distintos niveles de alfabetización digital evidencia que, si bien existen esfuerzos por incorporar herramientas digitales y multicanales, estos no siempre consideran las barreras de acceso propias de la población mayor de 50 años. La ausencia de segmentación específica en muchos canales digitales limita la posibilidad de construir un diálogo directo con este público, reforzando una lógica de comunicación unidireccional centrada en la difusión más que en la interacción.

En síntesis, el sistema presenta capacidades instaladas relevantes en términos de producción de contenidos, pero con desafíos en la articulación de formatos, la estandarización de criterios de accesibilidad y la construcción de entornos comunicacionales integrados, coherentes y centrados en la experiencia de las personas mayores.

3.3. Identificación de oportunidades y brechas comunicacionales

El análisis integrado del conjunto de acciones y productos comunicacionales relevados permite identificar una serie de brechas estructurales, así como oportunidades estratégicas para el fortalecimiento de la comunicación pública dirigida a la población mayor de 50 años en la Provincia de Buenos Aires.

En primer lugar, se evidencia una brecha significativa entre la existencia de políticas públicas y su visibilidad efectiva en los canales de comunicación. Tal como surge del relevamiento y las entrevistas institucionales, numerosas iniciativas sólo pudieron ser identificadas a partir del contacto directo con los organismos, lo que indica una limitada capacidad de circulación de la información en los entornos públicos. Esta situación configura un problema central: no se trata de una ausencia de políticas, sino de dificultades en su accesibilidad, reconocimiento y apropiación por parte de la ciudadanía destinataria.

En segundo lugar, se identifica una fragmentación del ecosistema comunicacional, donde cada organismo desarrolla sus propias estrategias, soportes y mensajes sin

una articulación sistemática que permita construir una narrativa común sobre la longevidad. Si bien la Mesa Interinstitucional constituye un espacio relevante de coordinación, esta lógica no siempre se traduce en prácticas comunicacionales integradas, persistiendo dinámicas de trabajo en compartimentos relativamente estancos.

Otra brecha relevante se vincula con la escasa segmentación de públicos. La mayoría de los dispositivos comunicacionales analizados se dirigen a la población general, con baja diferenciación hacia el universo +50, lo que limita la efectividad de los mensajes y reduce la posibilidad de generar identificación. En este sentido, la comunicación tiende a asumir un destinatario abstracto, sin contemplar la heterogeneidad sociocultural, territorial y etaria que caracteriza a las personas mayores.

Asimismo, se observa una predominancia de enfoques temáticos que, si bien relevantes, tienden a reforzar ciertos estereotipos asociados a la vejez, como la vulnerabilidad o la dependencia. Esto convive con experiencias más innovadoras que promueven narrativas de envejecimiento activo, participación y autonomía, lo que evidencia una tensión discursiva dentro del sistema.

En cuanto a los formatos, la dependencia de soportes tradicionales y la limitada incorporación de herramientas digitales interactivas constituyen otra brecha significativa, especialmente considerando los cambios en los consumos culturales y la creciente digitalización de los servicios públicos. La falta de adaptación de los contenidos a distintos niveles de alfabetización digital profundiza estas dificultades y restringe el acceso efectivo a la información.

No obstante, junto a estas brechas se identifican oportunidades estratégicas de alto valor. La existencia de dispositivos consolidados como “Cosa de Grandes”, con capacidad de construcción narrativa y legitimidad institucional, constituye una base sólida para el desarrollo de una estrategia comunicacional más amplia e integrada. Del mismo modo, la diversidad de políticas, programas y acciones relevadas evidencia un ecosistema rico en contenidos, con potencial para ser articulado bajo una lógica común.

La intersectorialidad de la Mesa Interinstitucional, sumada a la presencia territorial de los organismos y a la producción de iniciativas culturales, educativas y comunitarias, abre la posibilidad de avanzar hacia modelos de comunicación más participativos, multicanales y centrados en las experiencias de las personas mayores. En este sentido, la principal oportunidad radica en pasar de un esquema de comunicación fragmentado y predominantemente informativo a un sistema integrado, segmentado y orientado a la construcción de sentido.

En síntesis, el escenario actual presenta una combinación de capacidades instaladas y debilidades estructurales. El desafío estratégico no consiste en generar

nuevas acciones aisladas, sino en ordenar, articular y potenciar las existentes, construyendo una arquitectura comunicacional que garantice mayor accesibilidad, coherencia y efectividad en la comunicación de la nueva longevidad en la Provincia de Buenos Aires.

En contextos de nueva longevidad, estas limitaciones comunicacionales no constituyen únicamente dificultades operativas. La imposibilidad de acceder a información clara, pertinente y oportuna genera nuevas desigualdades en el ejercicio efectivo de derechos y en la capacidad de las personas para planificar, proyectar y organizar una vida más larga.

Tabla 9. Brechas comunicacionales y oportunidades estratégicas.

Dimensión	Brecha identificada	Oportunidad estratégica
Visibilidad de políticas	Numerosas iniciativas solo identificables mediante contacto directo con organismos; limitada capacidad de circulación en canales públicos.	Creación de un repositorio centralizado y accesible de políticas y programas +50 en plataformas de alta penetración territorial.
Articulación comunicacional	Fragmentación del ecosistema: cada organismo opera con sus propias estrategias, soportes y mensajes sin integración sistemática.	La Mesa Interinstitucional como nodo articulador de una narrativa común bajo el paraguas de «Nueva Longevidad Bonaerense».
Segmentación de públicos	Dispositivos dirigidos a «población general» con escasa diferenciación hacia el universo +50 y sus segmentos internos.	Implementación de los arquetipos desarrollados en este informe como base de segmentación para campañas diferenciadas.
Narrativas sobre vejez	Coexistencia de enfoques que refuerzan estereotipos (vulnerabilidad, dependencia) con experiencias que promueven vejez activa.	Consolidación del enfoque anti-edadista como estándar transversal del sistema comunicacional provincial.
Formatos y digitalidad	Predominio de soportes estáticos (PDF); limitada incorporación de herramientas digitales interactivas y multicanal.	Expansión multicanal de dispositivos consolidados (Cosa de Grandes) hacia formatos dinámicos, audiovisuales y digitales accesibles.
Accesibilidad comunicacional	Criterio de accesibilidad emergente en iniciativas puntuales, sin estándar transversal aplicado en el conjunto del ecosistema.	Adopción de la Ficha de Criterios de Accesibilidad Comunicacional desarrollada en este informe como política institucional.

Fuente: Elaboración propia a partir del diagnóstico comunicacional.

4. ENFOQUE CONCEPTUAL Y NARRATIVO

4.1 Nueva Longevidad Bonaerense. Documento conceptual para una estrategia de comunicación pública

a. Marco conceptual sobre longevidad y envejecimiento

El aumento sostenido de la esperanza de vida constituye una de las transformaciones sociales más significativas del siglo XXI. La Provincia de Buenos Aires con más de 17 millones de habitantes¹ distribuidos en 135 municipios profundamente heterogéneos, concentra una de las poblaciones mayores más numerosas del país y expresa de manera particularmente intensa las desigualdades territoriales, económicas y sociales que atraviesan los procesos de envejecimiento.

Las experiencias de las personas mayores difieren significativamente entre el conurbano bonaerense, las ciudades intermedias del interior, las localidades rurales, los territorios periurbanos y las zonas costeras. Estas diferencias impactan sobre el acceso a servicios de salud, conectividad, transporte, espacios comunitarios, propuestas culturales y redes de cuidado. Asimismo, las trayectorias laborales y de cuidado que atravesaron históricamente amplios sectores de la población bonaerense producen condiciones desiguales de envejecimiento. Muchas personas mayores llegan a esta etapa luego de años de informalidad laboral, precarización, trabajos domésticos no remunerados y acceso desigual a derechos sociales.

La construcción de una estrategia de “**Nueva Longevidad Bonaerense**” implica reconocer estas desigualdades y construir políticas públicas capaces de garantizar autonomía, participación, cuidados y acceso efectivo a derechos desde una perspectiva territorial, comunitaria e intergeneracional.

Marco normativo internacional de referencia

Década del Envejecimiento Saludable ONU/OMS (2021–2030)²: combatir el edadismo, promover comunidades inclusivas, garantizar atención integral y fortalecer sistemas de cuidado de largo plazo.

Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores (Ley Nac. 27.360)³: autonomía, participación comunitaria, salud, educación, accesibilidad, vivienda, vida libre de violencia, igualdad y no discriminación.

¹ Instituto Nacional de Estadística y Censos, Censo 2022, Disponible en:

<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-41-165>

²Década del Envejecimiento Saludable, OMS, Disponible en:

<https://www.who.int/es/initiatives/decade-of-healthy-ageing>

³Convención Interamericana sobre la Protección de Derechos Humanos de las Personas Mayores, OEA, Disponible en:

https://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/tratados_multilaterales_interamericanos_a-70_derechos_humanos_personas_mayores.pdf

El desafío contemporáneo: no sólo vivir más años, sino garantizar que esos años sean vividos con dignidad, autonomía, participación, cuidados y derechos.

Las denominadas "nuevas longevidades" constituyen un concepto que permite pensar la vejez no como una etapa homogénea de retiro y dependencia, sino como un período diverso, prolongado y dinámico del curso de vida. Las personas que hoy transitan la vejez fueron protagonistas de profundas transformaciones sociales, políticas, culturales y tecnológicas: la recuperación democrática, la ampliación de derechos civiles y sexuales, la masificación educativa, la incorporación de las mujeres al mercado laboral y las revoluciones tecnológicas.

La nueva longevidad supone reconocer que el curso de vida tradicional —estudio, trabajo, retiro— ha dejado de describir adecuadamente las trayectorias contemporáneas. Las personas viven más tiempo, atraviesan múltiples transiciones, reinventan proyectos, reconstruyen vínculos y desarrollan nuevas formas de participación social a lo largo de décadas adicionales de vida.

Hablar de nuevas longevidades implica reconocer que la etapa posterior a los 50 años se ha extendido y diversificado. Actualmente, la vejez puede abarcar varias décadas de vida y presenta enormes diferencias internas según las trayectorias sociales, económicas, culturales, territoriales y de género.

Las nuevas longevidades se caracterizan, en este sentido, por una mayor expectativa de vida con mejores condiciones de salud, por la prolongación de la autonomía funcional, por una participación social activa y por la continuidad de proyectos vitales orientados hacia el bienestar, el disfrute y el ejercicio pleno de derechos.

Edadismo y género en la vejez

La edad suele presentarse como un dato biológico aparentemente neutro. Sin embargo, constituye una construcción histórica, política y sociocultural que organiza las trayectorias vitales y define expectativas sobre cómo deben vivir las personas en cada etapa.

Las sociedades asignan roles, mandatos y formas de reconocimiento según la edad. En ese marco, la vejez ha sido históricamente asociada a la pasividad, la dependencia, la improductividad y el deterioro físico. El modelo cultural dominante privilegia la juventud, la productividad y la autonomía entendida en términos estrictamente económicos, relegando a las personas mayores a lugares de invisibilización social.

Estas representaciones se expresan en múltiples dimensiones de la vida cotidiana: en el acceso al trabajo, la salud, la educación, la participación política, la sexualidad,

el consumo cultural y el uso de tecnologías. El resultado es una forma estructural de discriminación denominada edadismo.

La Organización Mundial de la Salud define el **edadismo**⁴ como el conjunto de estereotipos, prejuicios y prácticas discriminatorias basadas en la edad. Puede manifestarse de manera institucional, interpersonal o autoinfligida. Según Naciones Unidas, constituye el tercer motivo de discriminación a nivel mundial, después del racismo y el sexismo. El edadismo produce consecuencias concretas sobre la calidad de vida de las personas mayores: empeora la salud física y mental, incrementa el aislamiento social, profundiza la inseguridad económica y limita el acceso a derechos y oportunidades. La OMS advierte incluso que las personas con percepciones negativas sobre el envejecimiento pueden vivir hasta 7,5 años menos que aquellas que transitan la vejez de manera positiva.

El envejecimiento no se experimenta de la misma manera para todas las personas. Las desigualdades acumuladas a lo largo del curso de vida impactan directamente sobre las condiciones en las que se llega a la vejez. Las mujeres mayores enfrentan desigualdades específicas que combinan trayectorias laborales discontinuas o precarizadas, sobrecarga histórica de tareas de cuidado, menores ingresos y jubilaciones, dependencia económica, invisibilización social y estigmatización estética y sexual.

La feminización de la vejez expresa no sólo que las mujeres viven más años, sino también que muchas veces lo hacen en condiciones de mayor vulnerabilidad económica y simbólica. Las desigualdades de género se combinan además con otras dimensiones estructurales —territorio, clase social, discapacidad, orientación sexual, identidad de género y pertenencia étnico-racial— generando experiencias diversas y desiguales del envejecimiento.

El debate sobre las nuevas longevidades se encuentra profundamente vinculado a la organización social de los cuidados. Las mujeres mayores suelen sostener dobles y triples jornadas de cuidado: continúan acompañando a hijos e hijas adultas, cuidan nietos, personas enfermas o familiares mayores, mientras comienzan simultáneamente a enfrentar interrogantes respecto de quiénes las cuidarán a ellas en el futuro.

Muchas mujeres de entre 50 y 70 años integran además la denominada generación bisagra o generación sándwich: continúan acompañando a hijos e hijas adultas al mismo tiempo que asumen el cuidado de padres muy mayores, en un contexto de creciente longevidad y escasa institucionalización social de los cuidados.

⁴ Organización Mundial de la Salud, Envejecimiento y edadismo, Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/ageing-ageism>

Soledad no deseada

Dentro de la agenda de las nuevas longevidades, la soledad no deseada constituye una de las problemáticas emergentes de mayor impacto sobre la salud y el bienestar.

Se entiende por soledad no deseada a la percepción de contar con menos afecto, cercanía o vínculos significativos de los deseados en el plano íntimo, relacional o comunitario. No se trata simplemente de estar solo o sola, sino de experimentar desconexión social involuntaria.

Diversas investigaciones internacionales asocian la soledad con depresión y ansiedad, deterioro cognitivo, enfermedades cardiovasculares, aumento de mortalidad prematura y afectación de la salud física y mental.

La Organización Mundial de la Salud advierte que entre el 20% y el 32% de las personas mayores manifiestan sentirse solas de manera frecuente⁵. En Argentina, el relevamiento realizado por el Observatorio de Soledad No Deseada de Córdoba⁶, en articulación con la Universidad Nacional de Córdoba, reveló que el 57,7% de las personas encuestadas presenta niveles moderados de soledad no deseada. El estudio constituye una de las primeras investigaciones locales sobre la temática y permitió visibilizar el carácter social, comunitario y sanitario del problema. Cabe señalar que se trata de un estudio realizado en la Provincia de Córdoba; ante la ausencia de mediciones de escala similar en territorio bonaerense, se toma como referencia metodológica y antecedente regional pionero en la materia.

El estudio identifica como factores asociados el debilitamiento de redes comunitarias, la fragmentación urbana, la pérdida de espacios de encuentro, las barreras digitales, el aislamiento derivado de trayectorias de cuidado y la persistencia de representaciones edadistas.

La construcción de políticas orientadas a las nuevas longevidades requiere, por tanto, fortalecer redes comunitarias, promover espacios de encuentro e impulsar políticas intergeneracionales que combatan el aislamiento social.

b. Principios orientadores de la comunicación institucional

El diagnóstico preliminar realizado evidencia que las políticas públicas dirigidas a personas mayores presentan desarrollos comunicacionales heterogéneos y fragmentados. Se identifican dificultades vinculadas a la segmentación de públicos,

⁵ Soledad y aislamiento: la amenaza oculta para la salud mundial que ya no podemos desoír, OMS, Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/commentaries/detail/loneliness-and-isolation-the-hidden-threat-to-global-health-we-can-no-longer-ignore>

⁶ IPLAMU, Observatorio de Soledad no Deseada, Disponible en: <https://iplamu.cordoba.gob.ar/observatorio-de-la-soledad-no-deseada/>

la accesibilidad digital, la evaluación de impacto y la transversalización de enfoques de género y diversidad.

Al mismo tiempo, el relevamiento documental y las entrevistas institucionales realizadas con los organismos de la Mesa Interinstitucional ponen de manifiesto que la territorialidad constituye hoy el principal canal de llegada efectiva a las personas mayores, a través de municipios, centros de jubilados, organizaciones comunitarias y redes de cercanía.

En este contexto, el concepto de “**Nueva Longevidad Bonaerense**” propone construir una perspectiva integral que articule derechos, participación, cuidados, accesibilidad, diversidad y comunidad. Se trata de promover una mirada que reconozca a las personas mayores como protagonistas de la vida social bonaerense y como actores centrales en la construcción de sociedades más inclusivas, solidarias e intergeneracionales.

Tabla 10. Principios orientadores de la comunicación institucional.

Principio	Descripción	Implicancias para la comunicación
a. Derechos humanos	Representar a las personas mayores como sujetos plenos de derechos, autonomía y participación. Evitar abordajes asistencialistas o paternalistas.	Revisar las piezas institucionales para eliminar lenguaje tutelar; incorporar voz de personas mayores como protagonistas.
b. Diversidad y heterogeneidad	Reconocer diferencias territoriales, culturales, socioeconómicas, de género, orientación sexual, discapacidad y trayectorias vitales.	Diseñar materiales segmentados por los arquetipos identificados; evitar imagen única de «la persona mayor».
c. Perspectiva de género	Incorporar transversalmente la feminización de la vejez, desigualdades acumuladas y experiencias LGBTIQ+.	Incluir indicadores de género en el monitoreo comunicacional; representar mujeres mayores en roles activos y de liderazgo.
d. Enfoque anti-edadista	Contribuir activamente a desarmar prejuicios, estereotipos y prácticas discriminatorias basadas en la edad.	Aplicar el protocolo de lenguaje institucional sugerido en este informe en toda comunicación oficial.
e. Participación y protagonismo	Las personas mayores deben ocupar rol central en producción de contenidos, no sólo como destinatarias.	Establecer mecanismos de consulta y coproducción con personas mayores en el diseño de campañas.
f. Territorialidad	Articular con redes territoriales, municipios, centros de jubilados y actores locales para garantizar llegada efectiva.	Desarrollar versiones adaptadas de materiales para contextos rurales, periurbanos y urbanos.

Principio	Descripción	Implicancias para la comunicación
g. Accesibilidad	Criterios integrales: física, digital, cognitiva y lingüística en toda pieza comunicacional.	Combinar formatos digitales con materiales impresos, radios comunitarias y mediación territorial.
h. Intergeneracionalidad	Promover vínculos solidarios entre generaciones y fortalecer comunidades cuidadoras.	Incorporar testimonios y relatos intergeneracionales en campañas; impulsar co-creación entre generaciones.

Fuente: Elaboración propia.

a. Lenguaje institucional sugerido

La comunicación pública sobre personas mayores requiere un uso responsable del lenguaje, evitando expresiones discriminatorias o estigmatizantes que reproducen prejuicios sobre la vejez y el envejecimiento.

La elección de las palabras no es un detalle menor: las denominaciones que se utilizan para referirse a las personas mayores contribuyen a construir o reforzar imaginarios sociales, y tienen efectos concretos sobre la autoestima, la participación y la calidad de vida de quienes las reciben.

A continuación se incluyen algunas recomendaciones generales para la comunicación institucional sobre la temática⁷:

- Utilizar expresiones respetuosas e inclusivas

Se recomienda utilizar expresiones como: personas mayores, personas mayores de 60 años, personas longevas, nuevas longevidades y personas +50. Estas denominaciones reconocen la diversidad de experiencias dentro del envejecimiento y evitan connotaciones asociadas a la pasividad o la fragilidad.

La Convención propone denominar “personas mayores” a quienes tienen 60 años o más, esta nominación es respetuosa e inclusiva, ya que incorpora a varones, mujeres, lesbianas, gays, transexuales, travestis, transgéneros, intersexuales, queers y otras identidades (LGBTIQ+).

Se recomienda no utilizar “abuelos/as” como denominación general, ni “ancianos”, “viejitos/as”, “pasivos”, “carga”, ni “tercera edad” cuando implique una mirada estigmatizante. Estas expresiones reducen a las personas mayores a roles

⁷ Se utilizó como principal fuente las Recomendaciones realizadas por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual en conjunto con PAMI “Recomendaciones para el tratamiento de la información sobre personas mayores, vejez y envejecimiento”.
<https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2020/09/RECOMENDACIONES-PARA-EL-TRATAMIENTO-DE-LA-INFORMACIÓN.pdf>

familiares o a condiciones de limitación, y refuerzan representaciones que contradicen el enfoque de derechos y el paradigma de la nueva longevidad.

- **Evitar infantilización y paternalismo**

Se recomienda no utilizar tonos condescendientes, diminutivos ni construcciones que presuponen incapacidad o dependencia automática. Estas acciones consolidan estereotipos negativos, prejuicios y creencias estigmatizantes sobre las personas mayores.

La comunicación debe tratar a las personas mayores como adultas autónomas, capaces de tomar decisiones y de ejercer plenamente sus derechos.

- **Evitar representaciones homogéneas**

Las personas mayores no constituyen un grupo único ni uniforme. La comunicación debe reflejar diversidad de experiencias, cuerpos, trayectorias y modos de vida.

Es importante mostrar las múltiples formas de transitar la vejez -o las vejeces- y resaltar que las personas mayores conforman el sector más heterogéneo de la sociedad. El proceso de envejecimiento es diferencial y multidimensional y varía de acuerdo a los lugares donde se vive, a las tradiciones y costumbres, al tipo de trabajo realizado, entre otros aspectos. Esto supone incorporar una mirada interdisciplinaria, interseccional, con enfoque de género que supere el abordaje comunicacional que resalta las pérdidas en la vejez y que habilita la construcción predominante de las personas mayores como “enfermas”.

- **Promover narrativas positivas y realistas**

Es fundamental representar a las personas mayores como sujetos activos, con deseos, proyectos, sexualidad, participación social y capacidad de decisión.

Es relevante trabajar desde el paradigma de vejez y envejecimiento activo y saludable, que cuestiona los prejuicios negativos hacia personas mayores y promueve los espacios de participación. Asimismo, es conveniente prescindir del uso reiterativo de imágenes de personas mayores con boinas, bastones, anteojos u otro recurso de apoyo técnico que refuerzan estereotipos.

Esto no implica negar las dificultades o vulnerabilidades que pueden atravesar, sino evitar que esas dimensiones sean las únicas que definen la narrativa sobre la vejez.

- **Visibilizar derechos y ciudadanía**

Se sugiere priorizar narrativas vinculadas a derechos, autonomía, acceso, participación y ciudadanía plena, evitando reducir las vejeces a situaciones sanitarias o asistenciales. La comunicación pública tiene la oportunidad y la

responsabilidad de instalar una mirada más rica, diversa y justa sobre lo que significa envejecer hoy en la Provincia de Buenos Aires.

- **Incorporar enfoque de género y diversidad**

Se recomienda visibilizar las experiencias de mujeres mayores y personas mayores LGBTIQ+, evitando invisibilizaciones o representaciones binarias excluyentes.

Las personas mayores tienen una vida sexual activa, son sujetos deseados y deseantes. Sin embargo, los cuerpos viejos, asociados a la fealdad y la decrepitud, suelen ser ridiculizados, invisibilizados y/o desexualizados. Esta mirada sesgada se esfuerza cuando las personas mayores no se identifican con el modelo social heteronormativo y/o el binarismo, tal como sucede con travestis, transexuales, intersexuales, bisexuales, lesbianas y gays, entre otras identidades, porque, según la advertencia de especialistas, la vejez conlleva la “norma de la heterosexualidad” con mayor rigidez que otras etapas vitales.

- **Garantizar la accesibilidad**

Es fundamental garantizar la accesibilidad para promover la independencia y la autonomía de las personas mayores y disminuir la brecha digital. Este punto se desarrollará en profundidad a continuación.

b. Criterios de accesibilidad

Toda estrategia comunicacional vinculada a nuevas longevidades deberá incorporar criterios integrales de accesibilidad que contemplen las distintas capacidades, trayectorias educativas y condiciones de acceso tecnológico de la población destinataria. El diagnóstico preliminar evidencia que la brecha digital constituye uno de los principales obstáculos para el acceso efectivo a políticas públicas y herramientas de comunicación por parte de las personas mayores, por lo que la accesibilidad debe abordarse como una dimensión estratégica y no como un requisito secundario.

- **Accesibilidad comunicacional**

En términos de lenguaje, se recomienda utilizar oraciones breves y vocabulario accesible, evitando tecnicismos innecesarios y priorizando estructuras simples y comprensibles. En cuanto al diseño, es fundamental garantizar tamaños de letra adecuados, alto contraste visual, tipografías legibles y un uso moderado de elementos gráficos que no dificulten la lectura.

Las piezas audiovisuales deberán incorporar subtítulo, audiodescripciones cuando corresponda y buena calidad de audio

- **Accesibilidad digital**

Los contenidos digitales deben diseñarse de manera compatible con dispositivos móviles, con navegación simplificada y reducción de barreras de registro o validación.

- **Diversidad de soportes**

Debido a la persistencia de brechas digitales, las estrategias deberán combinar: formatos digitales, materiales impresos, instancias presenciales, radios comunitarias, redes territoriales y comunitarias.

El diagnóstico preliminar evidencia que la brecha digital constituye uno de los principales obstáculos para el acceso efectivo a políticas públicas y herramientas de comunicación por parte de las personas mayores.

- **Mediación territorial**

La accesibilidad no depende únicamente de la tecnología, sino también de la existencia de acompañamiento institucional y comunitario que facilite el acceso y la apropiación de herramientas.

En este sentido, los centros de jubilados, las organizaciones comunitarias y los referentes territoriales cumplen un rol fundamental como mediadores entre las políticas públicas y sus destinatarios.

Ficha de criterios de accesibilidad comunicacional

Lenguaje claro: oraciones breves, vocabulario cotidiano, evitar tecnicismos, uso de ejemplos concretos.

Diseño accesible: cuerpo mínimo de 14pt, alto contraste, tipografías legibles, uso moderado de elementos gráficos.

Accesibilidad audiovisual: subtulado, audiodescripciones cuando corresponda, buena calidad de audio.

Accesibilidad digital: contenidos compatibles con dispositivos móviles, navegación simplificada, reducción de barreras de registro.

Diversidad de soportes: combinar formatos digitales, materiales impresos, instancias presenciales, radios comunitarias y redes territoriales.

Mediación territorial: centros de jubilados, organizaciones comunitarias y referentes territoriales como mediadores clave.

c. Enfoque territorial y cultural bonaerense

La Provincia de Buenos Aires presenta una enorme diversidad territorial, social, productiva y cultural que vuelve indispensable construir políticas públicas situadas, capaces de reconocer las particularidades de cada región y las múltiples formas de transitar el envejecimiento en el territorio bonaerense⁸.

Las experiencias de las personas mayores difieren significativamente entre los grandes centros urbanos del conurbano, las ciudades intermedias del interior, las localidades rurales, las zonas costeras y los territorios periurbanos. Estas diferencias se expresan en el acceso desigual a servicios de salud, transporte, conectividad, actividades culturales, espacios públicos, infraestructura comunitaria y redes de cuidado⁹.

En muchos municipios bonaerenses, las redes territoriales constituyen el principal sostén cotidiano para las personas mayores. Centros de jubilados, clubes de barrio, bibliotecas populares, organizaciones comunitarias, espacios religiosos, sociedades de fomento, centros culturales y dispositivos municipales funcionan como ámbitos de encuentro, cuidado, participación y construcción de pertenencia social.

La estrategia de **Nueva Longevidad Bonaerense** debe reconocer y fortalecer estas redes de proximidad como actores fundamentales para garantizar inclusión, acceso a derechos y participación comunitaria. La territorialidad no debe entenderse únicamente como criterio administrativo o de descentralización, sino como una dimensión constitutiva de las experiencias de envejecimiento y de las formas concretas en que las personas construyen vínculos, autonomía y comunidad.

Asimismo, resulta fundamental incorporar una perspectiva cultural bonaerense que recupere las memorias, identidades, trayectorias y producciones culturales de las personas mayores de las distintas regiones de la Provincia. Las personas mayores son portadoras de saberes comunitarios, historias locales, experiencias de organización social, tradiciones populares y memorias colectivas que forman parte del patrimonio cultural bonaerense.

La construcción de narrativas sobre nuevas longevidades debe reflejar esa pluralidad cultural y territorial, evitando representaciones homogéneas o centralizadas de la vejez.

No existe una única forma de envejecer en la Provincia de Buenos Aires: las experiencias están atravesadas por el territorio, la clase social, el género, las

⁸ Datasets, Dirección Provincial de Estadística, Ministerio de Economía, Provincia de Buenos Aires. Disponible en: <https://datos.estadistica.ec.gba.gov.ar/dataset?groups=sociedad>

⁹ Ver por ejemplo datos del Atlas del conurbano. La investigación sobre el Conurbano del Atlas del Conurbano Bonaerense (UNDAV/CIDIPROCO) sistematiza datos de envejecimiento por cordón y partido a partir del Censo 2022. <https://atlasconurbano.info/pagina.php?id=847>

trayectorias laborales, las identidades culturales y las redes comunitarias disponibles.

En este sentido, una estrategia bonaerense de nuevas longevidades requiere promover políticas comunicacionales y comunitarias que fortalezcan las redes territoriales existentes; reconozcan saberes locales y comunitarios; promuevan participación activa e intergeneracional; articulen con gobiernos municipales y organizaciones sociales; contemplen las particularidades regionales; incorporen producciones culturales locales; construyan dispositivos de cercanía; garanticen representación diversa y federal de las vejez bonaerenses.

Construir una “Nueva Longevidad Bonaerense” implica promover comunidades más accesibles, cuidadoras, inclusivas e intergeneracionales, capaces de garantizar condiciones materiales, simbólicas y afectivas para una vida digna, autónoma y participativa en todas las etapas del curso vital.

Si la Provincia de Buenos Aires aspira a construir una estrategia de Nueva Longevidad Bonaerense, el desafío no consiste únicamente en comunicar mejor, sino en garantizar que la vida más larga sea también más igualitaria, más participativa y más vivible para todas las personas, independientemente de su género, territorio o condición social.

4.2 Propuesta de actualización de la Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores

a. Fundamentación de la actualización

Se identificó a la Guía para el abordaje Integral de las Personas Mayores como uno de los principales documentos técnico-interinstitucional de referencia para agentes del Estado provincial. Su fortaleza reside en ordenar la oferta prestacional y traducir la complejidad del Estado en una herramienta operativa.

El relevamiento documental y las entrevistas con los organismos integrantes de la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores pusieron en evidencia un conjunto de brechas y oportunidades que justifican una actualización y/o una reedición:

- Existen programas y dispositivos que no estaban contemplados en la versión anterior y que surgieron durante las entrevistas.
- Se pueden incorporar criterios de accesibilidad comunicacional al documento, teniendo en cuenta que las principales difusiones parten de los equipos territoriales.
- Si bien el paradigma de nueva longevidad ya existe en la Guía inicial, nos parece oportuno ampliar aspectos relevantes sobre el cambio de paradigma.

- La guía puede incorporar ecosistemas digitales de los organismos y orientaciones sobre derivación por canales no presenciales.

Esta propuesta de reedición y/o actualización mantiene la estructura modular de la versión anterior, pero incorpora capítulos nuevos (Capítulo 3 sobre soledad no deseada, Capítulo 5 sobre género y diversidad) y actualiza en profundidad el mapa de programas, la perspectiva conceptual y los recursos operativos. A tal fin se utilizó como base el documento conceptual.

b. Estructura propuesta para la reedición y/o actualización de la Guía

Ver Anexo VI

4.3 Inclusión de claves transversales: edadismo, subjetividad, género, digitalidad, ruralidad

Las cinco claves transversales previstas en el Plan de Trabajo —edadismo, subjetividad, género, digitalidad y ruralidad— se incorporaron de manera integrada a lo largo de todo el proyecto, y no como un desarrollo aislado o un capítulo independiente. El edadismo y la subjetividad de las personas mayores atraviesan el marco conceptual y el protocolo de lenguaje institucional definidos en el punto 4.1; la perspectiva de género se plasma tanto en los principios orientadores de dicho documento como en el nuevo capítulo de género y diversidad incorporado a la Guía actualizada (punto 4.2); la digitalidad se desarrolla en los criterios de accesibilidad digital y en el diagnóstico de brecha digital (punto 3.2); y la ruralidad quedó incorporada en el enfoque territorial y cultural bonaerense, con pautas específicas para contextos rurales y periurbanos. Esta integración transversal —en lugar de un tratamiento puntual y aislado de cada clave— responde al criterio metodológico sostenido a lo largo de todo el proyecto, según el cual estas dimensiones deben permear la totalidad de las piezas y decisiones comunicacionales.

4.4 Validación del documento conceptual con el Ministerio de Comunicación Pública

La totalidad de los documentos producidos en el marco del enfoque conceptual y narrativo —el documento “Nueva Longevidad Bonaerense”, el protocolo de lenguaje institucional y la propuesta de actualización de la Guía— fueron validados con el Ministerio de Comunicación Pública, que participó activamente en su revisión y acompañamiento a lo largo de todo el proyecto, en su carácter de articulador de la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores. Esta validación conjunta garantizó la coherencia de los criterios conceptuales, de tono y de lenguaje institucional con los lineamientos ya vigentes del Ministerio, y quedó además institucionalizada como mecanismo permanente a través de la instancia de validación conceptual prevista en el esquema de gobernanza comunicacional del Plan de Comunicación (apartado 6.5, Tabla 17).

5. Segmentación de públicos

La población mayor de 50 años en la Provincia de Buenos Aires constituye un universo profundamente heterogéneo. Las experiencias de envejecimiento están atravesadas por desigualdades de género, trayectorias laborales, condiciones económicas, vínculos comunitarios, acceso a cuidados, pertenencia territorial y formas diversas de habitar el tiempo, el cuerpo y la autonomía.

La segmentación estratégica propuesta no busca construir categorías rígidas, sino identificar experiencias compartidas, tensiones comunes y formas diferenciadas de vinculación con las políticas públicas, la comunicación institucional y las redes comunitarias.

Tabla 11. Segmentación de públicos +50.

Segmento	Perfil	Tensiones	Intereses	Claves de comunicación
«Nuevas activas»	Mujeres urbanas 50–65 años, participación social activa, autonomía relativa	Sobrecarga de cuidados; presión estética; incertidumbre previsional	Autonomía, bienestar emocional, vínculos, formación continua	Lenguaje contemporáneo, narrativas de autonomía y disfrute, diversidad corporal
«Generación bisagra»	Mujeres 55–70 años con dobles/triples tareas de cuidado	Invisibilización del trabajo de cuidado; agotamiento físico y emocional	Redes comunitarias, autocuidado, salud mental, reconocimiento social	Validar experiencia de cuidado; perspectiva de salud mental; cercanía emocional
«Mayores invisibilizados»	Personas +65 en situación de vulnerabilidad económica, social o vincular	Edadismo, dependencia, barreras digitales, pérdida de redes	Cercanía comunitaria, actividades recreativas, seguridad económica	Comunicación clara y accesible, canales territoriales, evitar infantilización
«Arraigo y territorio»	Personas mayores en contextos rurales o periurbanos	Distancia geográfica, conectividad, acceso a salud, lógicas centralistas	Políticas de cercanía, servicios locales, reconocimiento comunitario	Formatos mixtos (radio, presencial), referentes locales, lenguaje situado
«Diversidades en la vejez»	Personas mayores LGBTQ+, diversidad funcional, pertenencia étnico-cultural	Discriminación acumulada, invisibilización institucional, ausencia de representación	Espacios seguros, reconocimiento, participación activa	Lenguaje inclusivo, representación auténtica, enfoque interseccional

Fuente: Elaboración propia a partir del diagnóstico comunicacional y relevamiento documental.

Los cinco segmentos identificados en la Tabla 11 constituyen el primer nivel de la segmentación estratégica. Los ocho arquetipos desarrollados a continuación profundizan ese nivel a través de relatos situados, permitiendo pasar de una lógica de segmento poblacional a una de persona destinataria concreta. A modo de referencia orientativa: Laura se vincula con «Nuevas activas»; Carlos, Marta, Patricia y Elena con «Generación bisagra» y «Mayores invisibilizados» según la dimensión de cuidado o aislamiento que predomine en cada caso; Jorge con «Mayores invisibilizados»; Silvia con «Diversidades en la vejez»; y Ramón con «Arraigo y territorio».

5.1 Elaboración de arquetipos +50

Nuevas longevidades: diversidad de trayectorias, identidades y formas de habitar el envejecimiento

Los arquetipos permiten identificar experiencias, expectativas, tensiones y necesidades que atraviesan a las personas mayores de 50 años en la actualidad. No se trata de categorías cerradas ni de perfiles homogéneos, sino de representaciones orientativas que ayudan a comprender la diversidad de trayectorias, condiciones materiales, vínculos y modos de habitar esta etapa de la vida.

Las nuevas longevidades muestran que el envejecimiento no puede pensarse de manera única. Las experiencias están atravesadas por el género, el territorio, las desigualdades socioeconómicas, las trayectorias laborales, las redes de cuidado, la salud, el acceso a la tecnología y las formas de participación comunitaria. En la Provincia de Buenos Aires conviven realidades urbanas, periurbanas y rurales muy diversas, que producen modos diferentes de transitar el tiempo, la autonomía y la pertenencia social.

Arquetipo 1 — “Laura, reinventarse”

Laura tiene 58 años, es profesional independiente, vive en una ciudad intermedia y sus hijos ya son adultos. Participa en actividades culturales, sostiene vínculos sociales activos y percibe esta etapa como un momento de transformación personal. Busca reorganizar su tiempo, recuperar espacios propios y habilitar nuevos proyectos vinculados al disfrute, la autonomía y el bienestar.

Sin embargo, esta búsqueda convive con tensiones persistentes. La presión estética sobre el envejecimiento femenino, la exigencia de “mantenerse joven” y la sobrecarga de responsabilidades familiares siguen presentes incluso en etapas de mayor independencia. Laura rechaza las narrativas anti edad y las representaciones que reducen a las mujeres mayores al rol exclusivo de abuelas o cuidadoras.

Conectan especialmente con ella los mensajes vinculados a la autonomía, el deseo, la posibilidad de reinventarse y la idea de que la vida continúa abriendo etapas, vínculos y proyectos.

Arquetipo 2 — “Carlos, seguir siendo parte”

Carlos tiene 66 años y se jubiló recientemente después de décadas de trabajo industrial. Vive con su pareja y, desde el retiro laboral, experimenta una reducción de su participación social cotidiana. La salida del trabajo produjo una pérdida de rutina, reconocimiento y pertenencia que impacta en su identidad.

Aunque mantiene deseos de participación y encuentro, muchas veces encuentra dificultades para reconstruir espacios colectivos o expresar malestares emocionales asociados a esta nueva etapa. La soledad, el aislamiento progresivo y la idea de “dejar de ser útil” aparecen como preocupaciones frecuentes.

Carlos necesita espacios comunitarios, actividades recreativas y políticas de envejecimiento activo que reconozcan el valor de la experiencia sin caer en discursos paternalistas. Se identifica con mensajes que hablan de continuidad, participación y construcción colectiva.

Arquetipo 3 — “Marta, sostener todo”

Marta tiene 63 años y gran parte de su vida estuvo atravesada por trabajos informales y tareas de cuidado. Cuida nietos, acompaña familiares y sostiene cotidianamente gran parte de la organización doméstica y afectiva de su entorno. Vive en una periferia urbana y suele experimentar agotamiento físico y emocional, con muy poco tiempo disponible para sí misma.

Las desigualdades económicas se combinan con una fuerte invisibilización social del trabajo de cuidados. Muchas veces siente que su aporte es indispensable para que otras personas puedan trabajar o sostener sus vidas, aunque eso implique relegar su bienestar.

Marta necesita redes comunitarias, tiempo propio, políticas de apoyo económico y dispositivos de salud mental. Rechaza profundamente la romantización del sacrificio femenino y los mandatos que naturalizan que las mujeres deban sostener permanentemente a otros.

Arquetipo 4 — “Patricia, cuidar a todos”

Patricia tiene 56 años, trabaja de manera remunerada y al mismo tiempo sostiene tareas intensivas de cuidado. Tiene hijos adolescentes o jóvenes que aún requieren acompañamiento económico y emocional, mientras también asume el cuidado de su madre o su padre mayores. Vive atravesada por múltiples demandas simultáneas y con escaso margen para el descanso o el autocuidado.

Forma parte de una generación particularmente tensionada por el aumento de la esperanza de vida, la prolongación de las dependencias económicas y la falta de sistemas integrales de cuidado. Muchas veces siente culpa cuando prioriza sus propias necesidades y percibe que no existe reconocimiento social hacia la carga física, emocional y mental que implica “estar para todos”.

Patricia necesita políticas públicas de cuidado, servicios de acompañamiento, licencias, redes comunitarias y estrategias que contemplen el bienestar de quienes cuidan. También necesita espacios para pensar sus propios proyectos y su propia longevidad, más allá de las responsabilidades familiares.

Conectan con ella los mensajes vinculados al derecho a cuidar y ser cuidada, al reconocimiento de las tareas de cuidado y a la importancia de construir redes colectivas que no recaigan exclusivamente en las mujeres.

Arquetipo 5 — “Elena, volver a habitar”

Elena tiene 74 años, vive sola y sus hijos residen en otras ciudades. Aunque mantiene deseos de autonomía y participación, atraviesa situaciones de soledad no deseada y reducción progresiva de sus redes sociales cotidianas.

La falta de accesibilidad, la distancia física de vínculos afectivos y ciertas barreras urbanas o tecnológicas aumentan el aislamiento. Sin embargo, Elena rechaza ser tratada como incapaz o dependiente y busca sostener una vida activa dentro de sus posibilidades.

Necesita cercanía comunitaria, actividades accesibles y redes barriales que fortalezcan la participación y el encuentro. Conectan especialmente con ella los mensajes vinculados al valor de la experiencia, la participación y la importancia de seguir formando parte de la vida comunitaria.

Arquetipo 6 — “Jorge, volver a empezar”

Jorge tiene 52 años, está desocupado o trabaja de manera precarizada y percibe con preocupación las dificultades de reinserción laboral asociadas a la edad. Vive en una zona periurbana y siente incertidumbre respecto de su futuro económico y personal.

El edadismo laboral impacta fuertemente en su autoestima y en sus posibilidades de proyectar. La idea de que el mercado laboral “expulsa” a quienes superan cierta edad genera frustración y sensación de pérdida de valor social.

Jorge necesita políticas de inclusión económica, formación digital, oportunidades de reconversión laboral y acompañamiento comunitario. Rechaza los discursos meritocráticos que responsabilizan individualmente a las personas por procesos estructurales de exclusión.

Arquetipo 7 — “Silvia, vivir sin pedir permiso”

Silvia tiene 67 años, es lesbiana y participa activamente en organizaciones sociales y comunitarias. Busca transitar esta etapa de la vida sin volver a la invisibilización ni a modelos tradicionales de género y familia.

Las personas mayores LGBTIQ+ suelen enfrentar mayores niveles de discriminación institucional, fragilidad en las redes de cuidado y ausencia de representación en las políticas públicas y en la comunicación social. Silvia necesita espacios seguros, reconocimiento institucional y participación activa en la construcción de agendas públicas sobre envejecimiento.

Conectan con ella los mensajes vinculados a la diversidad, la autonomía y el derecho a vivir plenamente todas las etapas de la vida.

Arquetipo 8 — “Ramón, arraigo y territorio”

Ramón tiene 70 años y vive en una zona rural. Su trayectoria laboral estuvo vinculada al trabajo informal o rural y mantiene una fuerte identidad territorial y comunitaria. Su vida cotidiana continúa profundamente ligada al territorio, a los vínculos de cercanía y a las dinámicas locales.

Aunque sostiene una vida activa, enfrenta barreras vinculadas a la distancia geográfica, la conectividad, el acceso a la salud y la limitada presencia estatal en algunas regiones. Muchas políticas públicas son diseñadas desde lógicas urbanas que no contemplan las particularidades de los territorios rurales o periurbanos.

Ramón necesita políticas de cercanía, acceso a servicios y reconocimiento de las formas comunitarias de organización territorial. Rechaza las miradas centralistas y homogéneas sobre las vejez.

Variables transversales

Más allá de sus diferencias, los arquetipos comparten algunos elementos comunes. Existe un fuerte rechazo al edadismo y a las formas de infantilización de las personas mayores, así como una demanda sostenida de autonomía, reconocimiento y participación significativa en la vida social.

También aparece de manera transversal la importancia de los vínculos, las redes comunitarias y el bienestar integral, entendido no sólo en términos físicos, sino también emocionales, sociales, culturales y económicos.

Las trayectorias de envejecimiento se diferencian especialmente según el género, el nivel socioeconómico, el territorio, las redes de cuidado, las experiencias laborales, el acceso tecnológico, la diversidad sexual y cultural y el nivel de autonomía de cada persona.

Tabla 12. *Arquetipos comunicacionales de la nueva longevidad bonaerense.*

Arquetipo	Edad	Contexto	Tensiones	Necesidades y clave comunicacional
Laura, reinventarse	58 años	Ciudad intermedia, profesional independiente, hijos adultos	Presión estética; sobrecarga familiar; exigencia de «mantenerse joven»	Autonomía, tiempo propio, nuevos proyectos; rechazo de rol exclusivo de abuela o cuidadora
Carlos, seguir siendo parte	66 años	Jubilado reciente, vida industrial, pareja presente	Pérdida de rutina y pertenencia; dificultad para expresar malestar emocional	Espacios comunitarios, actividades recreativas, envejecimiento activo sin paternalismo
Marta, sostener todo	63 años	Periferia urbana, trabajos informales y tareas de cuidado	Invisibilización del cuidado; agotamiento físico y emocional	Redes comunitarias, tiempo propio, apoyo económico, salud mental
Patricia, cuidar a todos	56 años	Trabaja y cuida hijos adolescentes y padres mayores simultáneamente	Múltiples demandas; culpa al priorizar necesidades propias	Políticas de cuidado, redes, licencias, reconocimiento social del cuidar
Elena, volver a habitar	74 años	Vive sola, hijos en otras ciudades, deseos de autonomía	Soledad no deseada; barreras urbanas y tecnológicas	Cercanía comunitaria, actividades accesibles, redes barriales
Jorge, volver a empezar	52 años	Desocupado / trabajo precarizado, zona periurbana	Edadismo laboral; incertidumbre económica	Políticas de inclusión económica, formación digital, reconversión laboral
Silvia, vivir sin pedir permiso	67 años	Lesbiana, militante social y comunitaria	Discriminación institucional; fragilidad en redes de cuidado	Espacios seguros, reconocimiento, participación en agenda pública
Ramón, arraigo y territorio	70 años	Zona rural, identidad territorial fuerte, trabajo informal o rural	Barreras geográficas, conectividad, ausencia de servicios locales	Políticas de cercanía, acceso a servicios, reconocimiento comunitario

5.2. Matrices de motivaciones y consumos culturales.

El presente apartado profundiza la segmentación de públicos y arquetipos +50, incorporando dos dimensiones orientadas a la producción comunicacional: las motivaciones que movilizan a cada uno de los ocho arquetipos y sus consumos culturales y de medios característicos.

Las motivaciones fueron inferidas a partir de las tensiones, intereses y necesidades relevadas en relación con cada arquetipo. Los consumos culturales integran esa

información con los canales y plataformas identificados como de mayor uso efectivo entre la población +50 de la Provincia —particularmente WhatsApp, Facebook, YouTube, radio y espacios territoriales— conforme a los lineamientos digitales del Plan de Comunicación que se podrá observar en el siguiente apartado. Al igual que los arquetipos de origen, estas matrices constituyen representaciones orientativas y no categorías cerradas ni excluyentes entre sí. Pueden ser observados en la Tabla 13: Motivaciones y consumos culturales por arquetipo.

El cruce de motivaciones y consumos confirma la brecha existente: los perfiles con mayor autonomía económica y trayectoria urbana (Laura, Silvia) presentan consumos digitales más diversificados y activos, mientras que los perfiles atravesados por la vulnerabilidad económica, la ruralidad o la edad avanzada (Marta, Elena, Ramón) dependen en mayor medida de canales tradicionales, territoriales y de mediación presencial. En el plano motivacional, en cambio, los ocho perfiles comparten un patrón común: más allá de sus diferencias de edad, género y territorio, todos buscan reconocimiento y autonomía, y rechazan de manera explícita las representaciones paternalistas o infantilizantes de la vejez.

Tabla 13. Motivaciones y consumos culturales por arquetipo.

Perfil	Motivaciones principales	Consumos culturales y canales
Laura, reinventarse 58 años · profesional independiente · ciudad intermedia	Autonomía y reinención personal; disfrute y bienestar; sostener proyectos propios; rechazo a los mandatos estéticos sobre el envejecimiento femenino	Usaria digital activa: Instagram y Facebook, contenidos de bienestar y desarrollo personal, podcasts; participación presencial en actividades culturales y formativas
Carlos, seguir siendo parte 66 años · jubilado reciente · vida industrial	Pertenencia y reconocimiento social; continuidad de rutina y propósito tras el retiro laboral; participación en espacios colectivos	TV abierta y radio; WhatsApp para grupos familiares y de amigos; centros de jubilados y medios locales; bajo uso de redes sociales
Marta, sostener todo 63 años · periferia urbana · trabajos informales y tareas de cuidado	Alivio de la sobrecarga de cuidado; reconocimiento social de esa tarea; recuperar tiempo propio	WhatsApp intensivo (grupos comunitarios y familiares), Facebook, radio de barrio; escaso tiempo disponible para consumos prolongados
Patricia, cuidar a todos 56 años · trabaja y cuida hijos y padres mayores	Reconocimiento de la doble tarea de cuidado; alivio de la culpa por priorizar necesidades propias; acceso a redes de apoyo	Uso utilitario del celular (trámites, información de servicios); redes sociales de uso moderado; bajo tiempo libre para consumos de entretenimiento
Elena, volver a habitar 74 años · vive sola · hijos en otras ciudades	Combatir la soledad no deseada; sostener autonomía; participación comunitaria	Televisión y radio; teléfono; uso digital limitado, frecuentemente mediado por familiares; valora especialmente el contacto presencial
Jorge, volver a empezar 52 años · desocupado o trabajo precarizado · zona periurbana	Reinserción laboral; dignidad frente al edadismo laboral; proyectar un futuro económico propio	Facebook y YouTube (incluidos tutoriales); búsqueda activa de información laboral en línea; WhatsApp

Perfil	Motivaciones principales	Consumos culturales y canales
Silvia, vivir sin pedir permiso 67 años · lesbiana · militante social y comunitaria	Visibilidad y reconocimiento institucional; participación en la agenda pública sobre envejecimiento; pertenencia comunitaria	Redes sociales activas; medios y espacios de organizaciones sociales y de la diversidad; participación en eventos y activismo presencial
Ramón, arraigo y territorio 70 años · zona rural · trabajo informal o rural	Reconocimiento del arraigo territorial; acceso a servicios y derechos; sostener su rol comunitario	Radio local como canal principal; comunicación presencial y boca en boca; conectividad digital baja o nula; TV abierta

Fuente: Elaboración propia a partir de los arquetipos comunicacionales (Tablas 11 y 12).

5.3. Recomendaciones por perfil.

Una vez identificadas las motivaciones y los consumos culturales de los ocho arquetipos +50, y sistematizados en la Matriz de motivaciones y consumos culturales por perfil, resulta fundamental realizar recomendaciones concretas de comunicación vinculadas a cada segmento.

Su finalidad es ofrecer un criterio operativo directo para quienes produzcan piezas, campañas o contenidos dirigidos a alguno de estos perfiles, en línea con los ejes discursivos y los criterios de tono y estética institucional definidos en el Plan de Comunicación General.

Las mismas se pueden observar en la Tabla 14, en donde se desarrollan perfiles y recomendaciones asociadas a cada uno de ellos.

Más allá de las particularidades de cada perfil, las ocho recomendaciones comparten un criterio de fondo: ninguna pieza debe apoyarse en un único canal, y toda comunicación digital debe contar con una versión o equivalente territorial, conforme a los lineamientos comunicacionales generales del Plan que se desarrolla a continuación. Asimismo, todas las recomendaciones convergen en evitar representaciones paternalistas, infantilizantes o asistencialistas, sosteniendo en cambio los criterios de tono cercano, directo y no condescendiente definidos como marco común para la comunicación institucional sobre personas mayores.

Tabla 14 Recomendaciones de comunicación por arquetipo.

Perfil	Recomendaciones de comunicación
Laura, reinventarse 58 años · profesional independiente · ciudad intermedia	Priorizar redes sociales con piezas breves y de buena estética visual, complementadas con notas de mayor profundidad; testimonios en primera persona; evitar el enfoque “antiedad” y las narrativas que la reducen al rol de abuela o cuidadora
Carlos, seguir siendo parte 66 años · jubilado reciente · vida industrial	Convocatorias a espacios comunitarios y actividades recreativas; mensajes de continuidad y construcción colectiva; canal territorial reforzado por WhatsApp; evitar el tono paternalista
Marta, sostener todo 63 años · periferia urbana · trabajos informales y tareas de cuidado	Piezas breves y de consumo rápido, adaptadas a los tiempos acotados de su rutina de cuidado; mensajes de validación y redes de apoyo; difusión por canales territoriales y comunitarios en horarios accesibles
Patricia, cuidar a todos 56 años · trabaja y cuida hijos y padres mayores	Contenidos informativos y prácticos sobre derechos y servicios de cuidado, en lenguaje claro y formato breve; difusión en horarios fuera de la jornada laboral; evitar contenidos extensos o de lectura demorada
Elena, volver a habitar 74 años · vive sola · hijos en otras ciudades	Piezas con información de accesibilidad y convocatorias territoriales; priorizar medios tradicionales y presencia comunitaria por sobre lo digital; complementar con acompañamiento presencial para el uso de canales digitales
Jorge, volver a empezar 52 años · desocupado o trabajo precarizado · zona periurbana	Contenidos sobre formación y oportunidades de reconversión laboral; testimonios de reinserción; mensajes que no responsabilicen individualmente por procesos estructurales de exclusión; combinar canales digitales con dispositivos territoriales de empleo
Silvia, vivir sin pedir permiso 67 años · lesbiana · militante social y comunitaria	Lenguaje inclusivo y enfoque interseccional; representación auténtica y no tokenizada; articulación con organizaciones LGBTIQ+; incorporar su perspectiva en el diseño de las piezas, no sólo como destinataria
Ramón, arraigo y territorio 70 años · zona rural · trabajo informal o rural	Priorizar radio y presencia territorial por sobre canales digitales; materiales impresos y orales con referentes locales; evitar estrategias que dependan exclusivamente de lo digital

Fuente: Elaboración propia a partir de la Matriz de motivaciones y consumos culturales por perfil y de los criterios de tono y estética institucional del Plan de Comunicación General.

6. PLAN DE COMUNICACIÓN PROPIAMENTE DICHO

6.1 Redacción del plan general

El Plan de Comunicación incluye la definición de la estrategia general de comunicación, a partir de la integración de los resultados del relevamiento documental, el diagnóstico comunicacional, el documento conceptual de narrativa marco y la segmentación de públicos. Sobre esta base, se desarrollan los ejes discursivos prioritarios, así como los criterios de tono y estética institucional, orientados a garantizar coherencia narrativa, claridad comunicacional y adecuación a los distintos perfiles de la población +50.

El documento incorpora lineamientos comunicacionales generales, tales como orientaciones para la jerarquización, articulación y adaptación de los discursos y narrativas a distintos canales y territorios, así como lineamientos específicos para la comunicación digital, considerando accesibilidad, diversidad de niveles de alfabetización digital y consumos culturales actuales. Asimismo, se incluye una propuesta de contenidos modelo de carácter textual, destinada a ilustrar la aplicación concreta de los lineamientos definidos, sin carácter vinculante ni de producción ejecutiva.

El Plan de Comunicación contempla, además, un esquema de gobernanza comunicacional, que sugiere criterios de articulación y coordinación entre las distintas áreas que integran la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores, con el fin de fortalecer la coherencia interinstitucional y optimizar el uso de recursos comunicacionales existentes.

6.1.1 Estrategia general de comunicación

El diagnóstico comunicacional relevado permitió establecer que el principal problema no radica en la ausencia de políticas públicas destinadas a las personas mayores, sino en la fragmentación de su comunicación: cada organismo produce contenidos con criterios, tonos y soportes propios, sin una narrativa común que los articule, y sin una segmentación efectiva que reconozca la heterogeneidad de la población +50. A su vez, el documento conceptual “Nueva Longevidad Bonaerense” propuso una matriz de sentido —derechos, autonomía, participación, cuidados, diversidad y comunidad— destinada a reemplazar las representaciones asistencialistas y edadistas identificadas en el relevamiento inicial. La segmentación de públicos, por su parte, mostró que ese universo no admite un destinatario único, sino cinco segmentos y ocho arquetipos con tensiones, intereses y claves de comunicación diferenciadas.

A partir de esta integración, la estrategia general de comunicación se define como el pasaje de un esquema fragmentado, informativo y homogeneizante hacia un sistema comunicacional integrado, segmentado y orientado a la construcción de sentido en torno a la nueva longevidad bonaerense. Esta estrategia se sostiene en

tres decisiones estructurales. En primer lugar, la adopción de una narrativa marco común —la nueva longevidad como derecho, protagonismo y diversidad de trayectorias— que oriente el conjunto de las piezas y campañas de los organismos que integran la Mesa Interinstitucional, sin uniformar sus estilos particulares. En segundo lugar, la incorporación de la segmentación de públicos y arquetipos +50 como criterio transversal de producción, de modo que cada pieza comunicacional identifique a qué segmento se dirige y ajuste en consecuencia su lenguaje, canal y formato. En tercer lugar, el fortalecimiento de la articulación interinstitucional como condición de sostenibilidad de la estrategia, dado que el relevamiento mostró que la territorialidad —municipios, centros de jubilados y organizaciones comunitarias— constituye hoy el canal de llegada más efectivo hacia las personas mayores.

El objetivo general del Plan de Comunicación consiste en dotar a la Provincia de Buenos Aires de una estrategia de comunicación coherente, accesible y sostenida en el tiempo sobre la nueva longevidad, capaz de mejorar la difusión efectiva de las políticas públicas existentes, fortalecer la identificación de la ciudadanía +50 con dichas políticas y sentar las bases narrativas y operativas para las campañas 2026-2027. De este objetivo general se desprenden cuatro objetivos específicos:

- Unificar los criterios discursivos, de tono y de estética con que los organismos de la Mesa comunican sobre personas mayores;
- Segmentar la producción comunicacional según los públicos y arquetipos identificados;
- Fortalecer la accesibilidad y la adecuación digital de los contenidos existentes y futuros;
- Establecer un esquema de gobernanza que sostenga la coordinación interinstitucional más allá de la vigencia del presente proyecto.

Los ejes discursivos traducen la narrativa marco “Nueva Longevidad Bonaerense” y los principios orientadores de la comunicación institucional en líneas de mensaje concretas, susceptibles de ser desarrolladas por cada organismo según sus propios programas. Se proponen cinco ejes prioritarios, que no constituyen compartimentos excluyentes sino dimensiones complementarias de una misma narrativa (*ver Tabla 15*).

Tabla 15. *Ejes discursivos prioritarios del Plan de Comunicación.*

Eje discursivo	Idea fuerza	Vínculo con el diagnóstico y la segmentación
1. Derechos y protagonismo	Las personas mayores son sujetos plenos de derecho y protagonistas de la vida social bonaerense, no destinatarias pasivas de asistencia.	Responde al principio de derechos humanos y a la brecha de representación asistencialista identificada en el diagnóstico.
2. Autonomía y diversidad de trayectorias	No existe una única forma de envejecer: hay tantas longevidades como trayectorias de vida, territorio, género y clase.	Recoge la heterogeneidad de los cinco segmentos y los ocho arquetipos +50.
3. Cuidado y corresponsabilidad	El cuidado es una responsabilidad social compartida, no una tarea individual invisibilizada, particularmente de las mujeres mayores.	Vincula los segmentos «Generación bisagra» y «Nuevas activas» y la perspectiva de género transversal del proyecto.
4. Territorio y proximidad	La cercanía territorial —municipios, centros de jubilados, organizaciones comunitarias— es la vía más efectiva de acceso a derechos.	Responde al segmento «Arraigo y territorio» y a la centralidad de la territorialidad relevada en las entrevistas institucionales.
5. Vínculo intergeneracional y comunidad	La nueva longevidad se construye en comunidad, combatiendo la soledad no deseada y fortaleciendo lazos entre generaciones.	Aborda la problemática de la soledad no deseada identificada en el documento conceptual.

Fuente: Elaboración propia a partir del diagnóstico comunicacional, el documento conceptual “Nueva Longevidad Bonaerense” y la segmentación de públicos

Cada organismo de la Mesa Interinstitucional podrá priorizar, según sus propios programas y públicos, uno o más de estos ejes como columna vertebral de sus piezas comunicacionales, manteniendo siempre como marco común la narrativa de derechos, autonomía y diversidad que atraviesa transversalmente los cinco ejes.

Los criterios de tono retoman el protocolo de lenguaje institucional desarrollado.

El tono comunicacional del Plan se define como cercano pero no informal, directo pero no impositivo, y positivo sin caer en un optimismo que desconozca las desigualdades reales del envejecimiento. Se privilegia la primera y segunda persona plural (“construimos”, “te contamos”) por sobre las formas impersonales y burocráticas; se evita el diminutivo y el tono aleccionador; y se prioriza la voz en

primera persona de las propias personas mayores por sobre la voz institucional que habla en su nombre.

En términos estéticos, el diagnóstico identificó una tensión entre una estética institucional tradicional —formal, poco experimental— y experiencias más innovadoras, como “Cosa de Grandes” o el Recetario Provincial, que lograron mayor identificación con los públicos destinatarios.

El Plan adopta esta segunda línea como orientación general, estableciendo cuatro criterios: en primer lugar, el uso de fotografía real y diversa —de cuerpos, edades dentro del propio universo +50, territorios urbanos, periurbanos y rurales, y diversidad de géneros e identidades—, evitando el banco de imágenes genérico de la vejez estereotipada; en segundo lugar, una paleta cromática cálida y contemporánea, que dialogue con la identidad institucional de cada organismo sin reproducir la estética fría de la comunicación administrativa; en tercer lugar, una tipografía de tamaño y contraste accesibles, priorizando la legibilidad por sobre la ornamentación; y en cuarto lugar, un balance entre la solemnidad institucional necesaria para ciertos anuncios de política pública y la calidez emocional requerida para las piezas de narrativa y testimonio.

6.1.2 Lineamientos comunicacionales generales

Los lineamientos generales ordenan la producción comunicacional de los organismos de la Mesa Interinstitucional en tres dimensiones: la jerarquización de los mensajes, la articulación entre canales y territorios, y la adaptación de los discursos a cada canal específico.

Jerarquización de mensajes: Se propone ordenar la comunicación en tres niveles. El primer nivel corresponde a la información de derechos y acceso a servicios (qué política existe, a quién está destinada, cómo se accede), que debe estar siempre disponible y priorizada por sobre los demás contenidos. El segundo nivel corresponde a las narrativas y testimonios que dan cuerpo a los ejes discursivos definidos en el punto 6.1.2, mostrando trayectorias reales de las personas mayores. El tercer nivel corresponde a la agenda de actividades y convocatorias territoriales, de carácter más coyuntural. Esta jerarquía busca evitar que la comunicación se agote en la difusión de eventos puntuales, relegando la información sustantiva sobre derechos.

Articulación entre canales y territorios: El relevamiento documental confirmó que la territorialidad es el canal de llegada más efectivo, mientras que los entornos digitales institucionales concentran información sin siempre traducirla en experiencias accesibles. En consecuencia, se recomienda que cada pieza o campaña se piense simultáneamente en su versión digital y en su versión territorial (materiales impresos, mediación de promotores comunitarios, radios locales), y que

ambas versiones remitan entre sí, de modo que la comunicación digital refuerce la presencia territorial y viceversa.

Adaptación por canal: Los sitios web institucionales deben concentrar la información estable de derechos y programas, organizada según la lógica de navegación de las personas destinatarias y no según la estructura administrativa interna de cada organismo. Las redes sociales deben priorizar contenidos breves, testimoniales y visuales, ajustados a los ejes discursivos y a los arquetipos +50. Los canales territoriales (municipios, centros de jubilados, organizaciones comunitarias) deben recibir versiones adaptadas de los materiales centrales, con lenguaje situado y referentes locales, particularmente para el segmento «Arraigo y territorio».

Lineamientos específicos para la comunicación digital: El diagnóstico comunicacional identificó que la comunicación digital dirigida a personas mayores presenta un desarrollo desigual: conviven plataformas robustas con escasa segmentación por públicos, y una predominancia de materiales estáticos (PDF, publicaciones descargables) que limita la interacción y la actualización dinámica de los contenidos. Sobre esta base, se establecen tres lineamientos específicos.

Accesibilidad: Toda pieza digital debe cumplir criterios mínimos de accesibilidad: tamaño de fuente ajustable y contraste adecuado, lenguaje claro y estructura de párrafos breves, subtítulo de piezas audiovisuales, y alternativas textuales para contenidos gráficos. La accesibilidad digital se entiende como estándar transversal de toda comunicación oficial, y no como una cualidad emergente de iniciativas aisladas, tal como señaló el diagnóstico respecto de la situación actual.

Diversidad de niveles de alfabetización digital: La población +50 presenta niveles heterogéneos de familiaridad con los entornos digitales, desde quienes participan activamente en redes sociales hasta quienes dependen de la mediación de terceros. En consecuencia, ningún contenido digital debe constituir la única vía de acceso a una política pública: toda pieza digital debe contar con una versión territorial o presencial equivalente, y los canales digitales deben incorporar, cuando sea posible, tutoriales breves y acompañamiento presencial para su uso.

Consumos culturales actuales: El relevamiento y las entrevistas institucionales coinciden en señalar a WhatsApp, Facebook y YouTube como las plataformas de mayor uso efectivo entre las personas mayores de la Provincia, por sobre otras redes de uso más extendido en públicos jóvenes. Se recomienda priorizar estos canales, con formatos de duración breve, estructura testimonial y bajo tono publicitario, en línea con las claves de comunicación identificadas para cada segmento.

6.1.3 Propuesta de contenidos modelo

A continuación se presenta una propuesta de contenidos modelo de carácter textual, destinada exclusivamente a ilustrar la aplicación concreta de los lineamientos y ejes discursivos definidos en los puntos anteriores. Esta propuesta podrá servir como insumo e inspiración para las áreas de comunicación de cada organismo.

Tabla 16. *Contenidos modelo ilustrativos por eje discursivo.*

Formato	Eje discursivo	Público / arquetipo orientativo	Idea de contenido (ilustrativa)
Publicación breve para redes sociales	1. Derechos y protagonismo	General / «Mayores invisibilizados»	Pieza gráfica que presenta un derecho o programa concreto en lenguaje claro, con una persona mayor real como protagonista de su propio testimonio, evitando la voz institucional en tercera persona.
Testimonios reales (Audiovisual)	2. Autonomía y diversidad de trayectorias	«Vejece activas»	No hay una sola forma de envejecer ni una edad para empezar algo nuevo. Se muestran testimonios de personas mayores en plena actividad: por ejemplo, iniciando una carrera a los 60.
Micro-relato testimonial (texto + foto)	3. Cuidado y corresponsabilidad	«Generación bisagra»	Relato breve en primera persona sobre la tarea de cuidado sostenida por una mujer mayor, que visibiliza esa tarea sin reducir a la persona a su rol de cuidadora.
Nota institucional para boletín o web	4. Territorio y proximidad	«Arraigo y territorio»	Nota que presenta un dispositivo territorial (centro de jubilados, hogar de día) desde la experiencia de las personas que lo habitan, con referentes locales identificables.
Pieza de convocatoria comunitaria	5. Vínculo intergeneracional y comunidad	«Diversidades en la vejez» / general	Invitación a una actividad intergeneracional que enfatiza el encuentro y la participación por sobre la lógica asistencial de la convocatoria.

Fuente: Elaboración propia. Propuesta ilustrativa.

6.1.4 Esquema de gobernanza comunicacional

Las entrevistas institucionales mostraron que, si bien la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores constituye un espacio de coordinación relevante, esta articulación no siempre se traduce en prácticas comunicacionales conjuntas, persistiendo lógicas de trabajo compartimentadas entre organismos. El esquema de gobernanza comunicacional que se propone a continuación busca dar sostenibilidad institucional a los criterios definidos en este Plan, más allá de la vigencia del presente proyecto, sin superponerse a las competencias propias de cada organismo.

Tabla 17. *Esquema de gobernanza comunicacional propuesto.*

Instancia	Composición	Función principal	Periodicidad
Punto focal comunicacional por organismo	Un/a referente de comunicación designado/a por cada organismo integrante de la Mesa	Aplicar los lineamientos del Plan en la producción propia de su organismo y elevar piezas para su articulación con el resto de la Mesa	Función permanente
Mesa de articulación comunicacional	Puntos focales de todos los organismos, coordinados por el Ministerio de Comunicación Pública	Revisar la coherencia narrativa entre las piezas de distintos organismos y priorizar campañas conjuntas por eje discursivo	Bimestral
Instancia de validación conceptual	Ministerio de Comunicación Pública	Validar que las piezas centrales respeten el protocolo de lenguaje institucional y los criterios de tono y estética definidos	Previa a cada campaña
Banco de contenidos compartido	Repositorio digital administrado por el Ministerio de Comunicación Pública	Centralizar piezas, plantillas y materiales adaptables entre organismos, evitando la duplicación de esfuerzos identificada en el diagnóstico	Actualización continua

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas institucionales

Este esquema no requiere la creación de una nueva estructura institucional, sino la asignación de roles comunicacionales dentro de la Mesa Interinstitucional ya existente, con el Ministerio de Comunicación Pública como instancia de coordinación y validación técnica.

6.2 Ejes discursivos y lineamientos para campañas 2026-2027

El presente apartado traduce los ejes discursivos prioritarios definidos en el Plan de Comunicación General (*Ver Tabla 3*) en lineamientos específicos para la planificación, organización y desarrollo de campañas comunicacionales dirigidas a la población mayor de 50 años durante el período 2026–2027.

Su finalidad es facilitar el pasaje de la estrategia general a campañas concretas, coherentes entre sí y sostenidas en el tiempo, así como establecer pautas de coordinación interinstitucional que eviten superposiciones temáticas y temporales entre los organismos de la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores, optimizando los recursos comunicacionales ya existentes.

Cabe aclarar que este apartado no implica el diseño ni la ejecución de campañas concretas —tarea que corresponde a cada área provincial según sus propios programas y capacidades— sino la definición de un marco común de referencia que oriente esa planificación de manera alineada con el Plan de Comunicación.

6.2.1 Traducción operativa de los ejes discursivos en líneas de campaña

Cada uno de los cinco ejes discursivos definidos en el Plan General admite distintas líneas de campaña posibles, según el programa, el público y el momento del año en que cada organismo decida desarrollarlas. La siguiente tabla ofrece, para cada eje, una línea de campaña orientativa, su objetivo comunicacional y el segmento o arquetipo +50 con el que presenta mayor afinidad, a modo de punto de partida para que cada área diseñe sus propias campañas.

Estas líneas constituyen puntos de partida conceptuales y no enunciados cerrados: cada organismo podrá adaptar el nombre, el alcance y el formato de la campaña según sus propios programas, manteniendo como referencia el eje discursivo, el objetivo comunicacional y el público prioritario indicados.

Tabla 18. Líneas de campaña orientativas por eje discursivo.

Eje discursivo	Línea de campaña orientativa	Objetivo comunicacional	Segmento / arquetipo de mayor afinidad
1. Derechos y protagonismo	“Derechos que se ejercen”: campaña de difusión de programas y prestaciones en lenguaje claro	Aumentar el conocimiento efectivo de derechos y vías de acceso.	«Mayores invisibilizados»
2. Autonomía y diversidad de trayectorias	“Muchas formas de envejecer”: campaña testimonial con trayectorias diversas	Ampliar las representaciones disponibles sobre la vejez	«Vejece activas» / «Diversidades en la vejez»
3. Cuidado y corresponsabilidad	“El cuidado se comparte”: campaña sobre redes y corresponsabilidad	Visibilizar y aliviar la sobrecarga de cuidado	«Generación bisagra»
4. Territorio y proximidad	“Cerca tuyo”: campaña de fortalecimiento de dispositivos territoriales	Reforzar la identificación con recursos locales	«Arraigo y territorio»
5. Vínculo intergeneracional y comunidad	“Más vínculos, menos soledad”: campaña sobre encuentro intergeneracional	Prevenir el aislamiento y la soledad no deseada	General / «Diversidades en la vejez»

Fuente: Elaboración propia a partir de los ejes discursivos definidos en el Plan de Comunicación General.

6.2.2 Pautas de coordinación interinstitucional para el desarrollo de campañas

Las entrevistas institucionales relevadas y el diagnóstico coincidieron en señalar la ausencia de una lógica de trabajo articulada entre los organismos que integran la Mesa Interinstitucional, lo que deriva en ocasiones en superposición de campañas sobre temáticas afines y en el uso poco eficiente de recursos comunicacionales existentes. Para atender esta situación, se establecen las siguientes pautas de coordinación, que se apoyan en el esquema de gobernanza comunicacional definido previamente.

Aviso previo a la Mesa de articulación comunicacional: Todo organismo que planifique el lanzamiento de una campaña vinculada a la temática de personas mayores deberá informarlo con razonable antelación a la Mesa de articulación comunicacional, indicando eje discursivo, público prioritario y período estimado de difusión, a fin de identificar posibles superposiciones con campañas de otros organismos.

Organismo líder y organismos adherentes: Cuando dos o más organismos identifiquen interés en una misma línea de campaña o período, se recomienda designar un organismo líder —responsable de la coordinación general de la pieza o campaña— y organismos adherentes, que suman su difusión y adaptan la campaña a su propio público sin duplicar la producción de contenidos centrales.

Uso del banco de contenidos compartido: Toda campaña desarrollada por un organismo deberá incorporar sus piezas centrales al banco de contenidos compartido, de modo que otros organismos puedan adaptarlas a sus propios públicos y canales sin necesidad de producción adicional.

Evaluación conjunta de resultados: Al cierre de cada ciclo de campañas (ver Tabla 17), la Mesa de articulación comunicacional realizará una instancia de intercambio sobre el alcance y la recepción de las campañas desarrolladas, con el fin de ajustar el calendario y las líneas de campaña del ciclo siguiente.

6.2.3 Marco de referencia para el desarrollo autónomo de campañas por área

Los lineamientos precedentes no suponen restringir la autonomía de cada organismo para diseñar y ejecutar sus propias campañas según sus programas, cronogramas y capacidades específicas. Suponen, en cambio, establecer un marco común de referencia que garantice que esas campañas, desarrolladas de manera autónoma, resulten coherentes entre sí y con la estrategia general del Plan de Comunicación. A tal fin, se propone que cada organismo verifique, antes del lanzamiento de una campaña, su alineación con los siguientes criterios mínimos.

Tabla 19. *Criterios mínimos de alineación previos al lanzamiento de una campaña.*

N°	Criterio de verificación
1	La campaña se referencia explícitamente en al menos uno de los cinco ejes discursivos definidos en la Tabla 3.
2	El tono y la estética de las piezas respetan los criterios definidos, evitando representaciones asistencialistas, edadistas o infantilizantes.
3	La campaña identifica el segmento o arquetipo +50 al que se dirige prioritariamente, ajustando lenguaje, canal y formato en consecuencia.
4	Las piezas digitales cumplen los criterios mínimos de accesibilidad y contemplan una versión o equivalente territorial.
5	El organismo informó a la Mesa de articulación comunicacional el lanzamiento previsto y verificó la ausencia de superposiciones con campañas de otros organismos.

Fuente: Elaboración propia.

Este marco de referencia busca que la coordinación interinstitucional funcione como un criterio de calidad y coherencia, y no como una instancia adicional de aprobación que demore la gestión propia de cada área.

De este modo, la gobernanza comunicacional queda integrada a la propia dinámica de la Mesa, fortaleciendo su rol como espacio articulador de la política pública provincial sobre nueva longevidad.

6.3 Actualización del newsletter institucional “Mayores Cuidados”

A partir de los criterios desarrollados, se propone una actualización del newsletter institucional “Mayores Cuidados”, de la Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores.

La propuesta no busca reemplazar el newsletter existente —que ya cuenta con una identidad visual reconocible, una periodicidad trimestral instalada (ediciones de 2025 y de febrero y junio 2026 relevadas para este análisis) y una estructura de secciones fijas— sino potenciarlo, incorporando de manera sistemática los criterios del Plan de Comunicación del proyecto.

6.3.1 Diagnóstico del newsletter actual a la luz del Plan de Comunicación

Para presentar propuestas de mejora del producto comunicacional, se llevó adelante un relevamiento de las ediciones ya enviadas. El análisis de las ediciones de 2025 y de febrero y junio de 2026 muestra un newsletter ya alineado en varios aspectos

con los criterios del Plan de Comunicación, y con oportunidades concretas de fortalecimiento en otros.

Tabla 20. Ediciones relevadas del newsletter “Mayores Cuidados”.

Edición	Fecha	Eje / tema editorial	Autoría del editorial
N° 1	Noviembre 2024	Lanzamiento institucional del newsletter	Mesa Interinstitucional (institucional)
N° 2	Febrero 2025	Sexualidad y diversidad en las vejece	Martina Latrubesse, directora de la Línea 144
N° 3	Junio 2025	Salud integral en las vejece	Natalia Bajo, Dirección de Prevención de Enfermedades No Transmisibles
N° 4	Octubre 2025	1° de octubre: compromiso con los derechos de las personas mayores	Mesa Interinstitucional (institucional)
N° 5	Febrero 2026	La Red Bonaerense, un compromiso colectivo	Mesa Interinstitucional (institucional)
N° 6 *	Junio 2026	Construir una sociedad del buen trato	Mesa Interinstitucional (institucional)

El análisis de la serie completa se organiza en ocho dimensiones. En cada una se describe el patrón observado a lo largo de las seis ediciones y su lectura a la luz de los criterios del Plan de Comunicación General.

Estructura. Las seis ediciones repiten cinco bloques recurrentes: Editorial, Novedades, Experiencias de nuestra comunidad, Herramientas para el día a día y Agenda bonaerense, cerrados siempre con ¡Contactanos! Esta estructura ya está consolidada y no requiere rediseño, sino sostenerse de forma completa en cada edición, tal como se detalla en el punto siguiente.

Sección “Experiencias de nuestra comunidad”. Está presente y con contenido rico en las ediciones N° 1, 3, 4 y 5 —equinoterapia en Benito Juárez, “Bicicleteando Historias” en Coronel Pringles, La Norma Plá en Bahía Blanca, el taller “Emoción pura” en Saavedra y Pigüé, y el Consejo Consultivo de Coronel Suárez—, pero está ausente en la edición N° 6. Es el mejor vehículo ya existente para la voz de las personas mayores y de los equipos territoriales, por lo que su ausencia en la última edición constituye una regresión que se recomienda corregir, no una sección nueva por crear.

Autoría del editorial. Alterna entre la voz institucional de la Mesa (ediciones N° 1, 4, 5 y 6) y especialistas de organismos miembro que escriben en primera persona

(N° 2, a cargo de la Línea 144; N° 3, a cargo del Ministerio de Salud). Esta autoría rotativa ya es una práctica instalada y valiosa; se recomienda sistematizarla en cada edición en lugar de usarla de forma ocasional.

Segmentación de públicos. La edición N° 2 aborda de manera explícita a las personas mayores LGBTIQNB+, en sintonía directa con el segmento “Diversidades en la vejez”. El resto de las ediciones se dirige a “las personas mayores” de manera general. Es un buen precedente puntual que conviene replicar, dedicando al menos una edición por año a profundizar en otro segmento poco representado, como “Generación bisagra” o “Arraigo y territorio”.

Campañas narrativas sostenidas. El certamen “Mayores con Derechos”, de la Subsecretaría de Derechos Humanos, aparece en al menos dos ediciones consecutivas: abre su convocatoria en la N° 3 y cierra con sus resultados en la N° 4. Es el único caso ya probado, dentro de la serie, de una campaña sostenida en el tiempo entre ediciones, y se recomienda tomarlo como modelo para replicar con otros programas y ejes discursivos.

Calendario estratégico. Las ediciones N° 3, 4 y 6 ya anclan su editorial en fechas de alto valor simbólico —el 15 de junio y el 1° de octubre—. Se recomienda formalizar este anclaje como criterio editorial explícito.

Articulación con el mapa de políticas actualizado. De los tres actores identificados como candidatos a incorporación formal a la Mesa, dos ya fueron presentados en el newsletter: los Juegos Bonaerenses, en la edición N° 4, y el Programa Incluir de Banco Provincia, en la edición N° 5. El Programa ReMayores de Turismo Municipal aún no fue presentado. Esto confirma la pertinencia de los tres actores identificados y deja una recomendación concreta y puntual: incorporar a ReMayores en una próxima edición.

Numeración y periodicidad. La secuencia de la N° 1 a la N° 5 es correlativa, pero la edición de junio de 2026 debía ser la N° 6 y figura internamente como “#5”. Se recomienda corregir esta inconsistencia a partir de la próxima edición.

6.3.2 Propuesta de actualización de la estructura

Se propone conservar las cuatro secciones existentes —que ya funcionan y son reconocibles para la Red— e incorporar una quinta sección fija y breve, que capitalice el mejor recurso ya presente en el newsletter: la voz en primera persona de las personas mayores.

Tabla 21. Estructura propuesta del newsletter.

Sección	Función	Criterio del Plan de Comunicación aplicado
Editorial de apertura	Presenta el eje discursivo prioritario de la edición, anclado en una fecha o hito del trimestre	Ejes discursivos prioritarios
Una voz propia (nueva)	Breve testimonio en primera persona de una persona mayor de algún municipio o programa de la Red, en 3 a 5 líneas	Criterio de tono: priorizar la voz de las personas mayores por sobre la voz institucional
Novedades	Programas, beneficios y políticas de reciente lanzamiento o actualización, de los organismos de la Mesa	Mapa de políticas públicas actualizado
Herramientas para el día a día	Recursos, plataformas y programas de uso práctico y recurrente para personas mayores y para quienes trabajan con ellas	Lineamientos de comunicación digital: accesibilidad y acompañamiento en el uso
Agenda bonaerense	Cursos, talleres, congresos y actividades territoriales con fecha e inscripción	Lineamientos generales: adaptación por canal y articulación territorial
¡Contactanos!	Cierre institucional con vía de contacto directo de la Mesa	Se mantiene sin cambios; funciona correctamente como cierre del newsletter

La sección “Una voz propia” no requiere una producción adicional compleja: puede nutrirse de los mismos organismos y consejos consultivos que ya aportan contenido a “Novedades” (por ejemplo, municipios, IOMA, IPS o el Instituto Cultural), solicitando en cada edición un testimonio breve de alguna persona mayor participante de sus programas.

6.3.3 Calendario editorial trimestral 2026-2027

Dado que el newsletter se difunde cada tres meses, se propone alinear sus próximas ediciones con el calendario estratégico, de modo que cada envío coincida con un eje discursivo y, cuando sea posible, con una fecha de alta visibilidad pública en torno a la vejez. (Ver Tabla 21)

Tabla 22. *Calendario editorial propuesto para las próximas ediciones.*

Edición	Eje discursivo prioritario	Anclaje sugerido
Newsletter N° 7 — septiembre 2026	2. Autonomía y diversidad de trayectorias	Edición previa al 1° de octubre (Día Internacional de las Personas de Edad), con foco en participación y protagonismo
Newsletter N° 8 — diciembre 2026	5. Vínculo intergeneracional y comunidad	Cierre de año: balance de la Red Bonaerense y agenda de verano en clave comunitaria
Newsletter N° 9 — marzo 2027	1. Derechos y protagonismo	Apertura del año, en continuidad con el criterio ya usado en la edición de febrero 2026
Newsletter N° 10 — junio 2027	3. Cuidado y corresponsabilidad	15 de junio, Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4 Checklist editorial antes de cada envío

Se propone un checklist breve, adaptado de los criterios mínimos de alineación definidos para las campañas del Plan de Comunicación, para que quien coordine cada edición del newsletter pueda verificarlo antes de su difusión. (Ver Tabla 22).

Tabla 23. *Checklist editorial del newsletter.*

N°	Verificación
1	El editorial de apertura declara explícitamente el eje discursivo de la edición y, si corresponde, su anclaje en el calendario estratégico
2	La edición incluye la sección “Una voz propia” con un testimonio en primera persona
3	El tono de cada nota evita expresiones paternalistas, infantilizantes o compasivas hacia las personas mayores
4	Los enlaces de inscripción, WhatsApp o contacto de cada nota están vigentes y funcionan correctamente
5	Se mantiene la numeración correlativa de la edición respecto de la anterior

6.3.5 Edición piloto: Newsletter N° 7 - septiembre 2026 (lineamiento de pieza piloto en formato PDF)

A modo de ejemplo de aplicación, se presenta a continuación una plantilla piloto de la próxima edición sugerida, siguiendo la estructura actualizada. Los contenidos entre corchetes deben completarse con información vigente al momento de la difusión; el resto reproduce el tono y formato propuestos.

2026 · SEPTIEMBRE · Newsletter N° 7

Editorial de apertura — sugerido

“Envejecer siendo protagonistas: la diversidad de la nueva longevidad bonaerense”

A un mes del 1° de octubre, Día Internacional de las Personas de Edad, esta edición de Mayores Cuidados está dedicada a celebrar que no existe una única forma de envejecer. En la Provincia de Buenos Aires conviven trayectorias, identidades y proyectos de vida profundamente diversos, y esa diversidad es, precisamente, lo que buscamos visibilizar y acompañar desde la Mesa Interinstitucional. [Completar con una o dos oraciones vinculadas a alguna novedad destacada del trimestre].

Una voz propia (nueva sección)

“[Nombre], [edad] años, [municipio o programa participante]: “[testimonio breve, 3 a 5 líneas, en primera persona, sobre autonomía, participación o algún proyecto propio en esta etapa de la vida]”.

Novedades

[Completar con novedades del trimestre. Sugerencia: dado que el Programa Incluir de Banco Provincia ya fue presentado en la edición de febrero, esta edición podría dar continuidad presentando otro de los actores identificados en el mapa de políticas actualizado del proyecto — por ejemplo, los Juegos Bonaerenses de la Subsecretaría de Deportes o el programa ReMayores de Turismo Municipal — en sintonía con el eje de autonomía y participación de la edición].

Herramientas para el día a día

[Completar con un recurso o plataforma de uso práctico vigente, siguiendo el formato ya utilizado para el Portal Mi Salud Digital Bonaerense o el programa Banco y Personas Mayores].

Agenda bonaerense

[Completar con cursos, talleres o actividades territoriales del trimestre, priorizando aquellas vinculadas a la participación y el protagonismo de las personas mayores].

¡Contactanos!

Gracias por llegar hasta acá. Esperamos que la información compartida te sea de utilidad. Quedamos a disposición para cualquier consulta, propuesta o aporte que desees realizar. Nos encantará recibir tu mensaje y continuar este intercambio. Podés escribirnos a mesapersonasmayores.pba@gmail.com.

6.4 Actualización del Mapa de Políticas Públicas para Personas Mayores en la Provincia de Buenos Aires.

El presente apartado actualiza y consolida en una única fuente el mapa de políticas públicas destinadas a la población mayor de 50 años en la Provincia de Buenos Aires, integrando la información producida a lo largo del proyecto: el relevamiento documental inicial, la sistematización de las entrevistas con los organismos de la Mesa Interinstitucional, las fichas descriptivas por área y la matriz de análisis comunicacional,, junto con las brechas y oportunidades identificadas en el diagnóstico comunicacional.

La actualización responde a un hallazgo relevado desde la primera etapa del proyecto: existe una asimetría entre la existencia institucional de una política y su presencia efectiva en los canales de difusión oficiales, de modo que varios programas sólo pudieron identificarse a partir del contacto directo con los organismos durante las entrevistas, y no mediante el relevamiento documental inicial. El mapa que se presenta a continuación incorpora esos programas, consolida las denominaciones utilizadas por cada organismo y actualiza el nivel de desarrollo comunicacional de cada dispositivo a la luz del diagnóstico posterior.

Tabla 24. Mapa actualizado de políticas públicas para personas mayores, Provincia de Buenos Aires.

Organismo	Programas / dispositivos identificados	Población destinataria	Canales principales	Nivel de desarrollo comunicacional	Actualización / observación
Ministerio de Comunicación Pública	Cosa de Grandes; Portal institucional; Gacetillas oficiales; Newsletter trimestral	General / Personas mayores	Web institucional, redes sociales, mailing.	Alto	Rol transversal de coordinación comunicacional. Fuerte capacidad de producción, con segmentación acotada al dispositivo editorial principal.
Ministerio de Desarrollo de la Comunidad	Mayores Bonaerenses Activos; Mayores Bonaerenses Conectados; Hogares de Larga Estadía; Casas de Día; Convenios con hogares; Actividades culturales y recreativas	Personas mayores, con foco en situaciones de vulnerabilidad	Territorio, municipios, organizaciones sociales	Medio	Actualizado a partir de la entrevista grupal: se incorporan Mayores Bonaerenses Conectados y los convenios con hogares, no relevados en la búsqueda documental inicial. Alta capilaridad territorial con baja sistematización comunicacional.
IOMA	IOMA a tu lado; Talleres para personas mayores afiliadas; Visitas domiciliarias; Inclusión digital; Talleres virtuales; Capacitación en buen trato	Personas mayores afiliadas	Web, aplicación, redes, territorio, agentes sanitarios	Alto	Sistema comunicacional robusto y con evaluación de impacto. Persisten tensiones vinculadas a la brecha digital.
Instituto de Previsión Social (IPS)	Buenos Aires Siempre Activa; Paisajes Mayores; Turismo social para personas mayores; Actividades culturales	Personas mayores jubiladas	Web, redes sociales, territorio, centros de jubilados	Alto	Buen nivel de organización y producción propia, con oportunidades de mejora en accesibilidad comunicacional.

Organismo	Programas / dispositivos identificados	Población destinataria	Canales principales	Nivel de desarrollo comunicacional	Actualización / observación
Ministerio de Salud	Plan Provincial de Salud de Personas Mayores; Guías de buen trato; Guías de adaptación de vivienda; Podcast y materiales educativos; Capacitación a equipos de salud; Fiscalización de instituciones de larga estadía; Línea de salud mental (opción mayores)	Personas mayores / equipos de salud	Web institucional, repositorios digitales, capacitaciones, línea telefónica	Medio	Producción relevante de contenidos educativos, con baja visibilidad pública y escasa segmentación específica hacia personas mayores.
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (Subsecretaría de DD. HH.)	Mayores con Derechos; Curso DD. HH. y Personas Mayores; Concurso “Memorias mayores: 50 años, 50 voces”; Programa Recogiendo Memoria; Línea 0-800 de denuncias	Personas mayores / comunidad	Web, mail, territorio, redes, línea telefónica	Medio	Fuerte enfoque en derechos y memoria histórica. Limitada sistematización comunicacional propia del área.
Ministerio de Mujeres y Diversidad	Línea 144; informes estadísticos; Dossier sobre sexualidad y diversidad (en desarrollo);	Población general, con incorporación progresiva de la perspectiva de vejez	Web, redes sociales, dispositivos de atención	Medio	Aporte conceptual relevante en género y diversidad, aún con bajo desarrollo comunicacional específico para la población +50.

Organismo	Programas / dispositivos identificados	Población destinataria	Canales principales	Nivel de desarrollo comunicacional	Actualización / observación
Instituto Cultural de la Provincia	Producción cultural de personas mayores; Actividades artísticas y culturales; Plataforma audiovisual provincial (BAFILMA); Obra “Los pasos del tiempo”	General / personas mayores	Territorio, espacios culturales, plataformas digitales	Medio	Fuerte potencial simbólico y de protagonismo cultural. Comunicación no siempre segmentada hacia el público +50.
Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires	Atención y orientación (línea 0-800 integral); Campañas de derechos; Gestión de reclamos	Personas mayores / población general en situación de vulnerabilidad	Delegaciones, web, redes, teléfono, WhatsApp	Medio	Alta presencia territorial y capacidad de atención directa. Baja evaluación sistemática del impacto comunicacional.
Ministerio de Infraestructura y Servicios Sociales	Casa de los Cuidados (proyecto actualmente paralizado); Revisión de obras de cuidado y hogares; Diseño accesible de espacios	Primeras infancias, personas con discapacidad y personas mayores	Web institucional, redes sociales	Sin datos comunicacionales específicos	Identificado en la entrevista grupal

Fuente: Elaboración propia

Es preciso señalar que la Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores (marzo de 2023), pieza técnico-institucional de referencia para los equipos de la administración provincial, constituye la fuente que permitió identificar además tres actores externos a la Mesa Interinstitucional cuya incorporación se detalla en el apartado siguiente.

Se identificaron tres políticas o programas provinciales dirigidos, total o parcialmente, a personas mayores, que exceden el alcance operativo inicial del proyecto pero que no fueron relevados como parte de la Mesa Interinstitucional. Su identificación representa una oportunidad estratégica para ampliar la articulación institucional y fortalecer el abordaje integral de la población +50, en línea con la oportunidad de consolidar la Mesa como nodo articulador señalada en el diagnóstico comunicacional.

Tabla 25. Actores externos identificados para su eventual incorporación a la Mesa Interinstitucional.

Programa	Organismo responsable	Descripción	Relevancia para la Mesa
Programa Incluir	Banco Provincia	Programa de educación e inclusión financiera.	Aporta una dimensión de autonomía económica y prevención de fraudes, ausente en la oferta actual de la Mesa.
Juegos Bonaerenses	Subsecretaría de Deportes	Programa de actividades deportivas y recreativas con alcance provincial.	Suma una dimensión de participación física y comunitaria complementaria a los ejes de autonomía y vínculo intergeneracional.
ReMayores	Turismo Municipal (Programa ReCreo)	Dispositivo de turismo municipal orientado a personas mayores.	Refuerza el eje de territorio y proximidad, articulando turismo social con la agenda de nueva longevidad.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de la Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores.

6.5 Lineamientos para piezas piloto (formato PDF/PNG/MP4)

Como cierre operativo del Plan de Comunicación, se desarrollaron piezas piloto en los tres formatos previstos en el Plan de Trabajo: en formato PDF, la edición piloto del newsletter “Mayores Cuidados” (apartado 6.10.5), que aplica la estructura, el calendario editorial y el checklist propuestos; en formato PNG/gráfico, los contenidos modelo ilustrativos por eje discursivo desarrollados en el apartado 6.4 (Tabla 11); y en formato audiovisual MP4, la pieza institucional detallada en el apartado 7.1. Estas tres piezas piloto quedan disponibles como modelo replicable para que cada organismo de la Mesa Interinstitucional desarrolle, de manera autónoma, sus

propias producciones bajo los lineamientos comunicacionales generales establecidos en el apartado 6.3 y el marco de referencia del apartado 6.9.

7. PRESENTACIÓN EJECUTIVA

7.1 Producción del video institucional

Se produjo una **pieza audiovisual institucional ([Descargar aquí](#))**, resultado de las jornadas de rodaje y trabajo colaborativo con los integrantes de la Mesa Interinstitucional. La pieza presenta los objetivos y la labor del espacio, consolidándose como un recurso inicial e impulsador para que los organismos participantes continúen generando contenidos comunicacionales que visibilicen las políticas públicas de la Provincia de Buenos Aires en pos de garantizar los derechos de las personas mayores.

7.2 Presentación ejecutiva

Se elaboró asimismo una **Presentación Ejecutiva ([Descargar aquí](#))**, que sintetiza los alcances del estudio, sus hallazgos clave y las nuevas líneas de trabajo orientadas a potenciar la visibilidad y el alcance de la Mesa.

7.3 Entrega final y reunión de cierre

Ambos materiales fueron presentados de forma presencial a la Mesa Interinstitucional en una reunión de cierre e intercambio general sobre el trabajo conjunto desarrollado a lo largo de todo el proyecto, oportunidad en la que se hizo entrega formal de los productos finales detallados en el presente Informe Final.





IV.- BIBLIOGRAFÍA

Aartsen, M. y Jylhä, M. (2011). Onset of Loneliness in older adults: Results of a 28 year prospective study. *European Journal of Ageing*, 8(1), 31-38.

CEPAL — Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2018). *Envejecimiento, personas mayores y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Santiago: CEPAL.

CEPAL — Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2022). *Envejecimiento en América Latina y el Caribe: inclusión y derechos de las personas mayores (LC/CRE.5/3)*. Santiago: CEPAL.

Cruz Roja Argentina — Observatorio Humanitario. (2024). *Calidad de vida de personas adultas mayores en Argentina*. Buenos Aires: Cruz Roja Argentina.

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y PAMI. (s.f.). *Recomendaciones para el tratamiento de la información sobre personas mayores, vejez y envejecimiento*. Recuperado de <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2020/09/RECOMENDACIONES-PARA-EL-TRATAMIENTO-DE-LA-INFORMACIÓN.pdf>

Freixas Farré, A. (2001). Nos envejecen las ideas, no el cuerpo. *Revista Multimedia Gerontológica*, 11(4), 164-167. Universidad de Córdoba.

Freixas Farré, A. (2008). La vida de las mujeres mayores a la luz de la investigación gerontológica feminista. *Anuario de Psicología*, 39(1), 41-57. Facultat de Psicologia, Universitat de Barcelona.

Gené-Badia, J., Ruiz-Sánchez, M., Obiols-Masó, N., Oliveras Puig, L., y Lagarda Jiménez, E. (2016). Aislamiento social y soledad: ¿qué podemos hacer los equipos de atención primaria? *Atención primaria*, 48(9), 604-609.

INADI — Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo. (s.f.). Hacia un análisis de los viejismos y los edadismos dentro del paradigma de Derechos Humanos. Buenos Aires: INADI.

INDEC — Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022 (resultados definitivos). Buenos Aires: INDEC. Recuperado de <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-41-165>

INDEC — Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025). Dossier estadístico de personas mayores. Buenos Aires: INDEC. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/dossier_personas_mayores_2025.pdf

IPLAMU — Instituto de Planificación Municipal de Córdoba / Observatorio de la Soledad No Deseada. (s.f.). Observatorio de la Soledad No Deseada [datos de encuesta provincial]. Córdoba. Recuperado de <https://iplamu.cordoba.gob.ar/observatorio-de-la-soledad-no-deseada/>

Lamas, M. (1996). La perspectiva de género. La Tarea. Revista de Educación y Cultura de la Sección 47 del SNTE, (8). Enero-marzo.

OMS — Organización Mundial de la Salud. (2021a). Informe Mundial sobre el Edadismo. Ginebra: OMS. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. <https://doi.org/10.37774/9789275324455>

OMS — Organización Mundial de la Salud. (2021b). Década del Envejecimiento Saludable 2021-2030. Ginebra: OMS. Recuperado de <https://www.who.int/es/initiatives/decade-of-healthy-ageing>

OMS — Organización Mundial de la Salud. (s.f.). Soledad y aislamiento social como amenaza para la salud global. Ginebra: OMS. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/commentaries/detail/loneliness-and-isolation-the-hidden-threat-to-global-health-we-can-no-longer-ignore>

OEA — Organización de los Estados Americanos. (2015). Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores [Ley Nacional Argentina 27.360]. Recuperado de https://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/tratados_multilaterales_interamericanos_a-70_derechos_humanos_personas_mayores.pdf

Provincia de Buenos Aires — Dirección Provincial de Estadística. (s.f.). Datos estadísticos por grupos sociales — Sociedad. Recuperado de https://datos.estadistica.ec.gba.gov.ar/dataset?groups=sociedad_

Roqué, M. L. (2015). Seminario Internacional sobre Género y diversidad sexual en la vejez (1.^a ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: ALGEC. Recuperado de <https://www.algec.org/biblioteca/SEMINARIO-GENERO-Y-DIVERSIDAD.pdf>

UNDAV / CIDIPROCO — Atlas del Conurbano Bonaerense. (s.f.). Datos de envejecimiento por cordón y partido (Censo 2022). Recuperado de <https://atlasconurbano.info/pagina.php?id=847>

Yuni, J. y Urbano, C. (2008). Envejecimiento y género: perspectivas teóricas y aproximaciones al envejecimiento femenino. Revista Argentina de Sociología [online], 6(10), 151-169. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482008000100011

ANEXO I: SISTEMATIZACIÓN EN FICHAS COMPARABLES. COSA DE GRANDES. MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

Ficha 1

Nombre del dispositivo: Cosa de Grandes

Tipo: Serie editorial / política comunicacional

Organismo responsable: Ministerio de Comunicación Pública

Descripción: Publicación periódica que combina contenidos informativos, educativos y recreativos orientados a visibilizar múltiples formas de vivir la vejez en la provincia.

Formato: PDF descargable / web

Público destinatario: Personas mayores (+60) y comunidad en general

Canales de difusión: Sitio web oficial, distribución institucional, articulación interministerial

Nivel de desarrollo comunicacional: Alto

Observaciones: Dispositivo consolidado, sostenido en el tiempo, con identidad propia. Predominio del formato editorial, con menor desarrollo en formatos audiovisuales o interactivos.

Ficha 2

Nombre del dispositivo: Portal institucional del Ministerio de Comunicación Pública

Tipo: Sitio web institucional

Organismo responsable: Ministerio de Comunicación Pública

Descripción: Plataforma central de difusión de información institucional, noticias, gacetillas, documentación y acceso a herramientas del sistema de medios.

Formato: Web

Público destinatario: Público general

Canales de difusión: Web oficial, redes sociales

Nivel de desarrollo comunicacional: Alto

Observaciones: Nodo central del sistema comunicacional. No presenta segmentación específica para personas mayores ni organización temática orientada a este público.

Ficha 3

Nombre del dispositivo: Gacetillas y noticias institucionales

Tipo: Contenido periodístico institucional

Organismo responsable: Ministerio de Comunicación Pública

Descripción: Producción de noticias y gacetillas sobre acciones de gobierno, programas y eventos institucionales.

Formato: Web / digital

Público destinatario: Público general / medios

Canales de difusión: Portal web, redes sociales

Nivel de desarrollo comunicacional: Alto

Observaciones: Alto volumen de producción. Baja segmentación temática específica hacia personas mayores.

Ficha 4

Nombre del dispositivo: Somos Bonaerenses

Tipo: Programa audiovisual

Organismo responsable: Ministerio de Comunicación Pública

Descripción: Programa televisivo orientado a difundir cultura, identidad y producción bonaerense a través de recorridos territoriales.

Formato: Televisión / audiovisual

Público destinatario: Público general

Canales de difusión: Televisión abierta, plataformas digitales

Nivel de desarrollo comunicacional: Medio/Alto

Observaciones: No segmentado para personas mayores, pero relevante como construcción narrativa territorial.

Ficha 5

Nombre del dispositivo: Voces y Saberes Mayores

Tipo: Acción territorial / evento cultural

Organismo responsable: Ministerio de Comunicación Pública

Descripción: Muestra interactiva orientada a visibilizar derechos, memoria y participación de las personas mayores.

Formato: Presencial

Público destinatario: Personas mayores / comunidad

Canales de difusión: Gacetillas, redes, territorio

Nivel de desarrollo comunicacional: Medio

Observaciones: Acción puntual. Alto potencial en términos de comunicación experiencial y territorial.

Ficha 6

Nombre del dispositivo: Mapa de Medios Bonaerenses

Tipo: Plataforma digital

Organismo responsable: Ministerio de Comunicación Pública

Descripción: Herramienta de registro y visualización de medios de la provincia.

Formato: Web

Público destinatario: Medios / actores institucionales

Canales de difusión: Web institucional

Nivel de desarrollo comunicacional: Alto

Observaciones: No orientado a personas mayores, pero clave para la territorialización de la comunicación.

Ficha 7

Nombre del dispositivo: Redes sociales oficiales

Tipo: Canales digitales

Organismo responsable: Ministerio de Comunicación Pública

Descripción: Presencia institucional en múltiples plataformas (Facebook, Instagram, X, YouTube, entre otras).

Formato: Digital

Público destinatario: Público general

Canales de difusión: Redes sociales

Nivel de desarrollo comunicacional: Alto

Observaciones: Estrategia multiplataforma. No se identifican contenidos específicamente segmentados para personas mayores.

ANEXO II: DISEÑO DE GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Nº de Entrevista:

Organismo:

- **Identificación institucional**

- Organismo / Ministerio:
.....
- Área / Dirección:
.....
- Responsable del área entrevistado/a:
.....
- Cargo:
.....
- Fecha de la entrevista:
.....

- **Información general del área**

- ¿Podría presentar brevemente el área o dirección y su rol dentro del organismo?
.....
- ¿Qué programas, políticas o acciones vinculadas a personas mayores desarrolla actualmente el área?
.....
- ¿Qué objetivos tienen estas políticas o programas?
.....

- **Acciones y actividades comunicacionales**

- ¿Qué tipo de acciones de comunicación realizan para difundir o acompañar estos programas?
.....
- ¿Estas acciones se planifican específicamente para comunicar la política o forman parte de la comunicación general del organismo?
.....
- ¿Existen acciones de comunicación territoriales o presenciales para llegar a las personas mayores?
.....
- ¿Quiénes participan en el diseño y desarrollo de estas acciones comunicacionales?
.....

- **Productos y materiales comunicacionales**

- ¿Qué productos comunicacionales se producen o utilizan para difundir las políticas del área?
.....
- ¿Estos materiales están específicamente diseñados para personas mayores o para el público general?
.....
- ¿Dónde se encuentran disponibles estos materiales?
.....
- Ejemplos de los materiales producidos
.....

- **Públicos destinatarios**

- ¿A qué públicos están dirigidas las acciones de comunicación del área?
.....
- ¿Se identifican segmentos específicos dentro de las personas mayores?
.....
- ¿Las personas mayores participan de algún modo en la producción o difusión de contenidos?
.....

- **Canales de comunicación**

- ¿Qué canales utilizan principalmente para comunicar estas políticas?
.....
- ¿Qué canales consideran más efectivos para llegar a las personas mayores?
.....
- ¿Cómo se articulan con el territorio para difundir estas iniciativas?
.....
- ¿Con qué área articulan para implementar las políticas de comunicación?
.....

- **Accesibilidad comunicacional**

- ¿Qué estrategias utilizan para asegurar que la información sea accesible para personas mayores?
.....
- ¿Cómo abordan la brecha digital en la comunicación de estas políticas?
.....

- **Articulación institucional**

- ¿La comunicación de estas políticas se realiza en articulación con otros organismos?
.....
- ¿Con qué instituciones se coordina la difusión de estas iniciativas?
.....
- ¿La participación en la mesa intersectorial de personas mayores influye en las estrategias de comunicación del área?
.....

- **Evaluación de las acciones comunicacionales**

- ¿Se realizan evaluaciones del alcance o impacto de las acciones de comunicación?
.....
- ¿Qué indicadores utilizan para evaluar estas estrategias?
.....
- ¿Qué resultados o aprendizajes surgieron de estas evaluaciones?
.....

- **Dificultades y desafíos**

- ¿Cuáles son las principales dificultades para comunicar estas políticas a personas mayores?
.....
- ¿Qué obstáculos encuentran en la difusión de las acciones del área?
.....
- ¿Qué recursos o herramientas consideran que serían necesarios para mejorar la comunicación?
.....

- **Proyecciones y oportunidades**

- ¿Qué estrategias de comunicación les gustaría desarrollar o fortalecer en el futuro?
.....
- ¿Qué oportunidades identifican para mejorar la comunicación con personas mayores?
.....

ANEXO III: ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS (MINUTAS)

MINUTA DE ENTREVISTA N° 1

Organismo: Ministerio de Comunicación Pública / Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores

Área: Dirección de Políticas Públicas de Comunicación

Entrevistada: Griselda Emilce Guillen

Cargo: Directora / Integrante de la Mesa Interinstitucional

Fecha: Martes 31 de marzo, 10 hs

Objetivo:

Relevar el rol de la Dirección de Políticas Públicas de Comunicación en la planificación, producción de contenidos y diseño técnico de las acciones colectivas de la Mesa Interinstitucional, así como sus estrategias para alcanzar a los municipios y a las personas mayores.

Síntesis:

El área funciona como el motor técnico y comunicacional de la Mesa Interinstitucional, encargándose no solo de la difusión, sino también del diseño pedagógico de capacitaciones, metodologías de talleres y materiales técnicos. Su labor se estructura en dos ejes: una línea estratégica (formación de formadores y articulación con organismos) y una línea de acción directa (vínculo presencial con personas mayores).

Entre sus acciones principales destacan la gestión de la Red Bonaerense por los Derechos de las Personas Mayores, capacitaciones en "Buen Trato" para organismos como IOMA y el Servicio Penitenciario, y dispositivos territoriales como la muestra "Voces y Saberes Mayores". La comunicación se planifica de forma específica y validada colectivamente, utilizando una lógica escalonada que combina el correo institucional para la formalidad, WhatsApp para la gestión con referentes y materiales físicos para el territorio.

Hallazgos:

Comunicación de Gestión y Técnica: A diferencia de otras áreas, la dirección se involucra en el diseño de los programas (cronogramas, metodologías) y no solo en su difusión externa.

Estrategia de Canales: El WhatsApp se identifica como la herramienta de gestión más efectiva para la red de referentes, mientras que el "cara a cara" en el territorio es el canal principal para llegar a los mayores.

Producción de Materiales Segmentados: Se producen materiales específicos para equipos técnicos (Guía de Abordaje, Dossiers) y materiales de divulgación directa para mayores como la publicación mensual "Cosas de Grandes".

Articulación como Esencia: La comunicación no es vista como una acción aislada, sino como una decisión política colectiva validada por todos los organismos que integran la Mesa.

Medición Cualitativa: La evaluación se apoya en formularios de inscripción obligatorios y en el feedback cualitativo de los usuarios y organismos participantes.

Observaciones:

Fortaleza Institucional: Se destaca la capacidad de unificar la voz de múltiples ministerios e institutos bajo una agenda común, evitando acciones fragmentadas.

Barreras Presupuestarias y Culturales: La falta de presupuesto propio limita la escala de las políticas de acción directa. Persiste además una resistencia cultural en sectores como Salud respecto a la perspectiva de derechos y el buen trato.

Desafío en Datos: Se identifica la dificultad de mantener bases de datos actualizadas de los 135 municipios como un obstáculo para la difusión.

Proyecciones: Existe una clara intención de profundizar en temas críticos como la sexualidad en la vejez, la salud mental y la soledad no deseada a través de nuevos dossiers y columnas de especialistas.

Síntesis final:

La entrevista refleja un área con un alto componente de diseño técnico-pedagógico que lidera la articulación comunicacional de la Mesa Interinstitucional. Su estrategia combina la formalidad institucional con la agilidad del WhatsApp y la calidez del trabajo territorial. Si bien logra segmentar contenidos para técnicos y ciudadanos, enfrenta desafíos logísticos y culturales, proyectando a futuro una agenda centrada en derechos y temáticas de salud mental y soledad.

MINUTA DE ENTREVISTA N°2

Organismo: Subsecretaría de Derechos Humanos de la Provincia de Buenos Aires

Área: Dirección de Promoción en Derechos Humanos

Entrevistada: Soledad Grizia

Cargo: Dirección de Promoción en DDHH

Fecha: 30/3/2026

Objetivo:

Relevar las estrategias, dispositivos y acciones comunicacionales vinculadas a la promoción de derechos humanos de las personas mayores.

Síntesis:

El área desarrolla el Programa Mayores con Derechos, creado en 2021 y formalizado por resolución en 2022, como marco integral de promoción de los derechos de las personas mayores en línea con la Convención Interamericana. Bajo este programa se implementan diversas iniciativas, entre ellas talleres territoriales, el programa Recogiendo Memoria, el concurso literario “Memorias mayores”, cursos de formación y actividades intergeneracionales.

Las acciones comunicacionales se integran dentro de la estrategia general de la Subsecretaría, sin contar con una planificación específica diferenciada. La difusión se realiza principalmente a través de redes sociales institucionales, mailing a bases de contactos y articulación con municipios y la Mesa Interinstitucional. En territorio, la comunicación se apoya en la mediación de actores locales y en la distribución de materiales impresos durante actividades presenciales.

Los productos comunicacionales incluyen flyers, contenidos digitales y la página web institucional, donde existe un apartado específico del programa. Sin embargo, los materiales están orientados al público general y no presentan una segmentación específica para personas mayores.

Hallazgos:

Se identifica una estrategia comunicacional mixta, que combina canales digitales, mailing y dispositivos territoriales, con fuerte dependencia de redes institucionales y referentes locales. El uso de materiales impresos y correo electrónico aparece como más efectivo que las redes sociales para llegar a determinados segmentos de personas mayores.

La Mesa Interinstitucional se consolida como un espacio clave para la difusión, articulación y ampliación del alcance de las acciones. Asimismo, se evidencia una heterogeneidad en los públicos, con distintos niveles de acceso y participación según el tipo de iniciativa.

La evaluación de las acciones comunicacionales es limitada y se realiza de manera indirecta o informal, con algunos indicadores puntuales como inscripciones o participación en actividades.

Observaciones:

La comunicación presenta un desarrollo medio, con estrategias diversificadas pero no plenamente sistematizadas ni segmentadas. Se observa una fuerte dependencia de intermediarios territoriales para la llegada a la población, especialmente en sectores más vulnerables.

Se destaca como desafío central la persistencia de barreras culturales asociadas al viejismo y a prejuicios sobre las capacidades de las personas mayores, que afectan la difusión y el acceso a las propuestas. Asimismo, la brecha digital continúa siendo un obstáculo relevante.

Síntesis final:

La entrevista evidencia un conjunto consolidado de acciones de promoción de derechos para personas mayores, acompañado por estrategias comunicacionales diversificadas pero con limitaciones en términos de segmentación, accesibilidad y evaluación. La articulación institucional y el trabajo territorial aparecen como principales fortalezas, mientras que la superación de prejuicios y barreras de acceso constituye el principal desafío.

MINUTA DE ENTREVISTA N°3

Organismo: Ministerio de Desarrollo de la Comunidad

Área: Dirección Provincial de Políticas de Cuidado

Entrevistada: Ayelén Pino

Cargo: Directora Provincial

Fecha: 30/03/2026

Objetivo:

Relevar las estrategias comunicacionales vinculadas a políticas de cuidado y programas dirigidos a personas mayores.

Síntesis:

El área desarrolla múltiples programas orientados al cuidado y la inclusión de personas mayores, entre ellos Hogares de larga estadía, Hogares de día, Mayores Bonaerenses Activos y Mayores Bonaerenses Conectados. Asimismo, articula con otros organismos en propuestas culturales, recreativas y territoriales.

La comunicación no se encuentra centralizada ni planificada estratégicamente desde el área, sino que depende de la Subsecretaría, de los convenios con municipios y de la difusión territorial realizada por las organizaciones involucradas. No cuenta con canales propios ni producción sistemática de contenidos.

Los materiales comunicacionales son limitados, destacándose el uso de manuales impresos en programas específicos, mientras que la difusión institucional se canaliza a través de redes y web del Ministerio.

Hallazgos:

Se observa un modelo comunicacional descentralizado y dependiente de terceros (municipios, organizaciones), con fuerte anclaje territorial pero baja sistematización.

La visibilidad de las políticas es limitada, especialmente en su dimensión digital, lo que restringe el alcance más allá de los espacios organizados.

Observaciones:

La comunicación presenta un desarrollo bajo en términos estratégicos, con escasa producción propia y fuerte dependencia de la articulación territorial. Se identifican oportunidades de mejora en visibilidad y sistematización.

Síntesis final:

La estrategia comunicacional del área se apoya principalmente en la territorialidad y en redes institucionales externas, con debilidades en planificación, producción y visibilidad de las acciones dirigidas a personas mayores.

MINUTA DE ENTREVISTA N°4

Organismo: IOMA

Área: Dirección de Promoción, Atención y Prevención en Salud

Entrevistada: Nicola Guibert

Cargo: Directora

Fecha: 1/04/2026

Objetivo:

Relevar las estrategias, dispositivos y acciones comunicacionales vinculadas a políticas y servicios dirigidos a personas mayores afiliadas.

Síntesis:

El área desarrolla acciones en el marco del programa IOMA a tu lado, creado en 2020 durante la pandemia, inicialmente orientado a personas con patologías oncológicas y actualmente ampliado a la población afiliada mayor. Las principales iniciativas incluyen talleres presenciales y virtuales (culturales, recreativos y de salud), visitas domiciliarias a cargo de agentes sanitarios, acciones de inclusión digital y capacitaciones en buen trato.

La comunicación se estructura a través de múltiples canales institucionales, incluyendo página web con un espacio específico para personas mayores, app IOMA Digital, mailing segmentado por padrón, redes sociales y articulación territorial mediante el consejo consultivo gremial. Asimismo, se difunden contenidos en la revista Cosa de Grandes y se desarrollan materiales audiovisuales.

Los productos comunicacionales son mayormente digitales (mailing, web, app), aunque se destaca la importancia de materiales impresos como cuadernillos de estimulación utilizados en los talleres, que presentan mayor apropiación por parte de las personas mayores.

Hallazgos:

Se observa una estrategia comunicacional multicanal, con alto desarrollo institucional y articulación entre áreas internas (prensa, sistemas, territorio). Sin embargo, se identifica una brecha entre la oferta digital y las prácticas reales de acceso de la población mayor.

El canal más efectivo de difusión es el “boca a boca”, complementado por la mediación de agentes sanitarios y delegaciones territoriales. Los canales digitales, si bien estratégicos, presentan limitaciones asociadas a la brecha digital y a problemáticas como la desconfianza vinculada a estafas en entornos digitales.

La evaluación de las acciones comunicacionales se realiza de manera sistemática a través del registro de inscripciones, consultas y encuestas de percepción, evidenciando impactos positivos en la calidad de vida de las personas participantes.

Observaciones:

La comunicación presenta un desarrollo avanzado en términos institucionales, pero enfrenta tensiones en su efectividad debido a la dependencia de canales digitales. Se destaca la relevancia de fortalecer estrategias presenciales y materiales físicos, especialmente en delegaciones territoriales.

Asimismo, se identifica una capacidad de ajuste y mejora continua basada en la evaluación directa con usuarios, lo que constituye una fortaleza del área.

Síntesis final:

La entrevista evidencia un modelo comunicacional robusto y diversificado, con alto nivel de articulación institucional y capacidad de evaluación, aunque condicionado por la brecha digital y la necesidad de fortalecer canales de proximidad. El trabajo territorial y el boca a boca se consolidan como los principales vectores de llegada a la población mayor.

MINUTA DE ENTREVISTA N°5

Organismo: Instituto de Previsión Social (IPS)

Área: Dirección de Comunicación Institucional

Entrevistados: Lautaro Sosa Acha y Celeste Chereau

Cargo: Dirección

Fecha: 31/03/2026

Objetivo:

Relevar las estrategias comunicacionales vinculadas a políticas y servicios destinados a personas mayores jubiladas y pensionadas.

Síntesis:

El IPS desarrolla el programa Buenos Aires Siempre Activa, orientado a generar espacios de encuentro, recreación y acceso a la cultura para personas jubiladas. Incluye actividades recreativas, turismo, experiencias teatrales y producción de contenidos como calendarios y materiales audiovisuales.

La comunicación combina una planificación centralizada con una ejecución territorial flexible. Se utilizan web institucional, redes sociales, mailing, WhatsApp y articulación con municipios y centros de jubilados. La producción de contenidos es centralizada para garantizar coherencia estética e identidad institucional.

Hallazgos:

Se observa un modelo comunicacional mixto, con centralización en la producción de contenidos y descentralización en la difusión territorial. La articulación con municipios y regionales permite adaptar las estrategias a contextos locales, mientras que la centralización en la producción de contenidos garantiza calidad, identidad y narrativa controlada por el propio organismo.

Los materiales están diseñados hacia personas mayores. La web presenta mejores condiciones de accesibilidad en comparación con las redes sociales.

Observaciones:

El IPS presenta un alto nivel de organización comunicacional, con capacidad de producción audiovisual y análisis de datos a partir de consultas. Se identifican oportunidades de mejora en accesibilidad y segmentación.

Síntesis final:

La estrategia del IPS se caracteriza por su solidez institucional y capacidad de articulación territorial, con un enfoque comunicacional estructurado pero con desafíos en adecuación específica a personas mayores.

MINUTA DE ENTREVISTA N°6

Organismo: Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires

Área: Coordinación de Discapacidad y Personas Mayores

Entrevistado: Pablo Cohelo

Cargo: Coordinador

Fecha: 31/03/2026

Objetivo:

Relevar las estrategias comunicacionales vinculadas a la promoción y defensa de derechos de las personas mayores.

Síntesis:

La Defensoría del Pueblo actúa como organismo autónomo de recepción de reclamos y promoción de derechos. En relación con personas mayores, su intervención combina la gestión de denuncias (previsionales, de salud, maltrato, discriminación) con acciones de capacitación y difusión de derechos en territorio.

La comunicación se estructura como parte de la estrategia general del organismo, utilizando web, redes sociales, gacetillas y una línea 0-800, junto con una fuerte presencia territorial a través de 71 delegaciones y una delegación móvil. Las acciones presenciales y virtuales con población participante (charlas, capacitaciones) constituyen un componente central de difusión.

Los materiales incluyen flyers, videos, contenidos web y manuales de buenas prácticas, con adaptación progresiva en términos de accesibilidad (lenguaje claro, tipografía, contraste).

Hallazgos:

Se identifica un modelo de comunicación fuertemente territorial, con alta capilaridad institucional y dependencia del “boca a boca” como principal canal efectivo hacia personas mayores. La virtualidad amplía el alcance, pero no reemplaza la lógica presencial.

La producción de contenidos es constante, aunque no siempre segmentada específicamente, con poca visibilidad en plataformas digitales.

La evaluación del impacto se realiza de manera cualitativa. Sin embargo, es uno de los pocos organismos que refiere la composición de estadísticas mensuales sobre políticas aplicadas a personas mayores, con posterior análisis y metas subsiguientes. Esta fortaleza debe ser proyectada al ámbito comunicacional, ya que existe la información pero no siempre se refuerza en la vía comunicacional.

Observaciones:

La comunicación presenta un desarrollo sólido en términos de presencia territorial y

accesibilidad, aunque con limitaciones en la medición sistemática de resultados. La articulación con actores locales es clave para la llegada efectiva.

Síntesis final:

La Defensoría evidencia un modelo comunicacional basado en la proximidad territorial y la promoción de derechos, con fuerte capacidad de llegada pero con desafíos en sistematización y evaluación del impacto.

MINUTA DE ENTREVISTA N°7 Y N°8

Organismo: Ministerio de Mujeres y Diversidad de la Provincia de Buenos Aires

Áreas: Dirección de Programas Especiales / Dirección de Atención a Víctimas de Violencias por Razones de Género (Línea 144)

Entrevistadas: Paola Enrico y Martina Latrubesse

Cargos: Directora de Programas Especiales / Directora de la Línea 144

Fechas: 13/04/2026 y 31/032026

Objetivo:

Relevar las estrategias, dispositivos y acciones comunicacionales del Ministerio de Mujeres y Diversidad vinculadas a personas mayores, con especial atención a los aportes en género, diversidad y violencias.

Síntesis:

El Ministerio participa en la agenda de personas mayores principalmente desde dos líneas de trabajo. Por un lado, la Dirección de Programas Especiales se encuentra impulsando un dossier educativo sobre sexualidad, diversidad y prevención de enfermedades de transmisión sexual dirigido a personas mayores, en articulación con la Mesa Interinstitucional. Este material aún se encuentra en etapa de desarrollo y no ha sido impreso ni difundido, aunque se prevé su presentación en una próxima instancia institucional. En paralelo, el área acompaña el desarrollo de la plataforma Cuidarnos, vinculada al registro y organización de cuidadoras, con potencial articulación futura con las políticas de cuidado hacia personas mayores.

Por otro lado, la Dirección de Atención a Víctimas de Violencias por Razones de Género, a través de la Línea 144, incorpora a las personas mayores dentro de su universo de atención, aunque no cuenta con campañas o estrategias de comunicación específicas para este grupo. La línea se comunica como un dispositivo general de atención a situaciones de violencia por razones de género, y produce además informes estadísticos basados en la información recibida desde los 135 municipios de la provincia.

En ambas áreas se observa que la participación en la Mesa Interinstitucional resulta clave para incorporar la perspectiva de género y diversidad en el abordaje de las personas mayores, así como para impulsar materiales y contenidos específicos, entre ellos el dossier en elaboración y los aportes a la publicación Cosa de Grandes, donde se difunde también la Línea 144.

Hallazgos:

Se identifica un desarrollo desigual entre ambas áreas. La Línea 144 cuenta con una política consolidada de atención y producción de información, pero sin segmentación comunicacional específica hacia personas mayores. En cambio, la Dirección de Programas Especiales presenta una línea de trabajo incipiente, con

materiales en proceso de diseño pero aún sin implementación comunicacional efectiva.

La principal fortaleza del Ministerio en este campo radica en la incorporación transversal de la perspectiva de género, diversidad y lucha contra el edadismo dentro de la Mesa Interinstitucional. Sin embargo, se observa que la comunicación hacia personas mayores se encuentra todavía en una fase inicial, con escasa especificidad de públicos, limitada territorialización y dependencia de recursos aún no disponibles.

Observaciones:

La participación del Ministerio en la agenda +50 tiene un valor cualitativo importante, en tanto incorpora dimensiones poco visibilizadas como sexualidad, diversidad, estereotipos de género y violencias en la vejez. No obstante, estas líneas aún no se traducen plenamente en una estrategia comunicacional consolidada.

Se advierte la necesidad de fortalecer recursos, definir canales específicos y avanzar en formatos accesibles que permitan llevar estos contenidos a territorio. La Mesa Interinstitucional aparece como el principal espacio de legitimación, articulación y expansión futura de estas acciones.

Síntesis final:

El Ministerio de Mujeres y Diversidad realiza aportes relevantes a la agenda de personas mayores desde una perspectiva de género y diversidad, especialmente a través de la Línea 144, la elaboración de materiales específicos y su participación en Cosa de Grandes. Sin embargo, las estrategias comunicacionales dirigidas específicamente a personas mayores aún presentan un desarrollo incipiente, con fuerte potencial de crecimiento a partir de la articulación interinstitucional y la consolidación de materiales en elaboración.

MINUTA DE ENTREVISTA N°9

Organismo: Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires

Área: Dirección de Prevención de Enfermedades No Transmisibles

Entrevistado: Matías Duca

Cargo: Director

Fecha: 6/03/2026

Objetivo:

Relevar las estrategias y dispositivos comunicacionales vinculados a políticas de salud dirigidas a personas mayores.

Síntesis:

El área se encuentra en proceso de consolidación del Plan Provincial de Salud de las Personas Mayores, en el marco del plan quinquenal 2023–2027. Desarrolla acciones de capacitación, promoción territorial, fiscalización de instituciones y formación profesional en gerontología.

La comunicación no es autónoma, sino que se encuentra centralizada en la Dirección Provincial de Comunicación del Ministerio. El área no dispone de canales propios ni de espacios digitales específicos, lo que limita la segmentación hacia personas mayores.

Los materiales producidos (guías, recomendaciones, podcasts) están dirigidos al público general y se encuentran alojados en repositorios institucionales sin una organización específica. La difusión se apoya en canales institucionales y, principalmente, en redes territoriales, destacándose el uso de grupos de WhatsApp con referentes municipales como mecanismo efectivo de llegada.

Hallazgos:

Se observa una dependencia de la comunicación centralizada y una baja segmentación hacia personas mayores. La circulación de información se apoya fuertemente en la territorialidad y en redes informales.

Los materiales presentan limitaciones de accesibilidad y predominan formatos digitales (PDF) poco adecuados para este público. La brecha digital constituye un obstáculo relevante.

La Mesa Interinstitucional emerge como un espacio clave para la articulación, visibilización y fortalecimiento de las acciones.

Observaciones:

La comunicación presenta un carácter operativo más que estratégico, con escasa planificación específica para población +50. Se identifica potencial en el desarrollo de formatos más accesibles (audiovisuales, radiales) y en el fortalecimiento de estrategias territoriales.

Conclusión:

La entrevista evidencia un desarrollo significativo de acciones en salud para personas mayores, pero con debilidades en la estrategia comunicacional, especialmente en términos de accesibilidad, segmentación y evaluación, siendo la articulación interinstitucional el principal vector de mejora.

ANEXO IV: FICHAS DESCRIPTIVAS POR ÁREAS

1) Ministerio de Comunicación Pública

Área: Comunicación institucional y contenidos editoriales

Programas / Dispositivos principales:

- Cosa de Grandes
- Portal institucional
- Gacetillas oficiales
- Producción audiovisual

Tipo de acciones comunicacionales:

Editorial, digital, audiovisual, institucional

Descripción:

El Ministerio cumple un rol transversal en la producción y difusión de contenidos comunicacionales. Se destaca la consolidación de *Cosa de Grandes* como principal dispositivo orientado a personas mayores, con una narrativa positiva del envejecimiento. El resto de los contenidos se inscribe en la comunicación general de gobierno.

Público destinatario:

General / Personas mayores

Canales:

Web institucional, redes sociales, medios audiovisuales

Nivel de desarrollo: Alto

Observaciones:

Fuerte capacidad de producción y difusión. Limitada segmentación específica hacia personas mayores fuera del dispositivo editorial principal.

2) Ministerio de Salud

Área: Dirección de Prevención de Enfermedades No Transmisibles / Personas Mayores

Programas / Dispositivos:

- Plan Provincial de Salud de Personas Mayores
- Guías de buen trato
- Guías de adaptación de vivienda
- Podcast y materiales educativos

Tipo de acciones comunicacionales:

Educativas, digitales, institucionales

Descripción:

La comunicación se encuentra centralizada en el área de comunicación del Ministerio. Se orienta principalmente a la producción de materiales educativos y de sensibilización, con enfoque en salud integral, prevención y buen trato.

Público destinatario:

General / Equipos de salud

Canales:

Web institucional, repositorios digitales, capacitaciones

Nivel de desarrollo: Medio**Observaciones:**

Producción relevante de contenidos, pero con baja visibilidad y escasa segmentación específica para personas mayores.

3) Ministerio de Desarrollo de la Comunidad

Área: Dirección Provincial de Políticas de Cuidado

Programas / Dispositivos:

- Mayores Bonaerenses Activos
- Mayores Bonaerenses Conectados
- Hogares y Casas de Día

Tipo de acciones comunicacionales:

Territoriales, institucionales

Descripción:

Las acciones comunicacionales están fuertemente mediadas por la implementación territorial de los programas. No existe una estrategia comunicacional propia del área, sino que la difusión depende de municipios, organizaciones y del nivel central del Ministerio.

Público destinatario:

Personas mayores

Canales:

Territorio, municipios, organizaciones sociales

Nivel de desarrollo: Bajo

Observaciones:

Alta capilaridad territorial, pero baja sistematización y visibilidad comunicacional.

4) IOMA

Área: Dirección de Promoción, Atención y Prevención en Salud

Programas / Dispositivos:

- IOMA a tu lado
- Talleres para personas mayores
- App IOMA Digital

Tipo de acciones comunicacionales:

Digitales, territoriales, institucionales

Descripción:

La comunicación combina herramientas digitales (web, app, mailing) con dispositivos territoriales (talleres, agentes sanitarios). Se orienta a la promoción de la salud, el bienestar y la calidad de vida.

Público destinatario:

Personas mayores afiliadas

Canales:

Web, app, redes, territorio, agentes sanitarios

Nivel de desarrollo: Alto**Observaciones:**

Sistema comunicacional robusto, con evaluación de impacto. Persisten tensiones por brecha digital.

5) Instituto de Previsión Social (IPS)

Área: Comunicación institucional

Programas / Dispositivos:

1. Buenos Aires Siempre Activa
2. Paisajes Mayores
3. Actividades culturales y recreativas

Tipo de acciones comunicacionales:

Audiovisuales, digitales, territoriales

Descripción:

El IPS desarrolla una estrategia comunicacional mixta, combinando producción

centralizada con difusión territorial. Se enfoca en la recreación, cultura y bienestar de personas jubiladas.

Público destinatario:

Personas mayores (jubilados)

Canales:

Web, redes sociales, territorio, centros de jubilados

Nivel de desarrollo: Alto

Observaciones:

Buen nivel de organización y producción. Oportunidades de mejora en accesibilidad.

6) Ministerio de Mujeres y Diversidad

Área: Dirección de Programas Especiales / Línea 144

Programas / Dispositivos:

Línea 144

Informes estadísticos

Dossier de sexualidad y diversidad (en desarrollo)

Tipo de acciones comunicacionales:

Institucionales, digitales, formativas

Descripción:

La comunicación no está segmentada específicamente para personas mayores, sino integrada en políticas generales. Se incorpora progresivamente la perspectiva de género y edadismo.

Público destinatario:

General

Canales:

Web, redes sociales, dispositivos de atención

Nivel de desarrollo: Medio

Observaciones:

Aporte conceptual relevante (género y diversidad), con bajo desarrollo específico para población +50.

7) Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

Área: Dirección de Promoción en DDHH

Programas / Dispositivos:

- Mayores con Derechos
- Curso DDHH y Personas Mayores
- Concurso Memorias Mayores

Tipo de acciones comunicacionales:

Formativas, culturales, territoriales

Descripción:

La comunicación se orienta a la promoción de derechos, memoria y participación. Combina estrategias digitales con fuerte presencia territorial.

Público destinatario:

Personas mayores / comunidad

Canales:

Web, mail, territorio, redes

Nivel de desarrollo: Medio

Observaciones:

Fuerte enfoque en derechos y memoria. Limitada sistematización comunicacional.

8) Defensoría del Pueblo

Área: Discapacidad y Personas Mayores

Programas / Dispositivos:

- Atención y orientación
- Campañas de derechos

Tipo de acciones comunicacionales:

Territoriales, institucionales

Descripción:

La comunicación se basa en la atención directa, la resolución de reclamos y la promoción de derechos. Se complementa con campañas y contenidos digitales.

Público destinatario:

General / Personas mayores

Canales:

Delegaciones, web, redes

Nivel de desarrollo: Medio

Observaciones:

Alta presencia territorial. Baja evaluación sistemática del impacto comunicacional.

9) Instituto Cultural

Área: Programación cultural

Programas / Dispositivos:

- Actividades culturales
- Museos
- Teatro independiente
- Proyectos audiovisuales

Tipo de acciones comunicacionales:

Culturales, territoriales, digitales

Descripción:

Promueve el acceso y la participación cultural de personas mayores, con enfoque en producción simbólica y mirada gerontológica.

Público destinatario:

General / Personas mayores

Canales:

Territorio, espacios culturales, plataformas

Nivel de desarrollo: Medio

Observaciones:

Fuerte potencial simbólico. Comunicación no siempre segmentada.

ANEXO V: MATRIZ DE ANÁLISIS

Organismo / Área	Programa / Política	Tipo de acciones comunicacionales	Productos comunicacionales	Públicos destinatarios	Canales principales	Estrategias territoriales	Accesibilidad comunicacional	Participación de personas mayores en el diseño	Articulación institucional	Dificultades identificadas	Evaluación de la comunicación
Subsecretaría de DDHH	Mayores con Derecho	Redes + mailing + territorio	Flyers + web	Mayores y comunidad	Web, redes, talleres	Red DDHH municipios	En desarrollo (tipografía)	No	Municipios, OSC	Brecha digital, vejeismo	Sin sistema
Ministerio de Salud PBA	Plan personas mayores	Redes + mailing	Guías digitales	Mayores	Web, WhatsApp	Referentes municipales	Lenguaje claro (limitado)	No	Interministerial	Web inaccesible, brecha digital	Baja, sin métricas
IOMA	IOMA a tu lado	Web + mail + app + territorio	Plataforma + materiales	Afiliados mayores	Web, app, municipios	Agentes sanitarios	Material impreso + acompañamiento	Parcial	Mesa + territorio	Estafas, brecha digital	Boca a boca
Ministerio de Mujeres	Línea 144	Comunicación general	Informes	16	Web	Territorial indirecto	No específico	No	Interministerial	No focaliza en mayores	No específico
Desarrollo de la Comunidad	Hogar larga estadía	Difusión indirecta	Web + materiales	Mayores vulnerables	Web, municipios	Alta	No definida	No	Alta	Sobredemanda, sin estrategia	Reactiva
Desarrollo de la Comunidad	Hogar de día	Territorial	Web + redes	Mayores	Municipios	Local	No definida	No	Media	Difusión limitada	Territorial
Desarrollo de la Comunidad	Mayores conectados	Talleres presenciales	Manual + talleres	Mayores	Municipios	Alta	Material accesible	Sí	Media	No formalizado	Positiva

Organismo / Área	Programa / Política	Tipo de acciones comunicacionales	Productos comunicacionales	Públicos destinatarios	Canales principales	Estrategias territoriales	Accesibilidad comunicacional	Participación de personas mayores en el diseño	Articulación institucional	Dificultades identificadas	Evaluación de la comunicación
Desarrollo de la Comunidad	Mayores activos	Institucional + territorio	Documentos	Centros/ jubilados	Municipios	Alta	No definida	No	Alta	Gestión administrativa	Indirecta
Desarrollo de la Comunidad	Actividades culturales	Eventos	Convocatorias	Mayores	Municipios, medios	A demanda	No definida	No	Media	Sin planificación	Esporádica
Desarrollo de la Comunidad	Proyectos en desarrollo	En diseño	Kits	Mayores y jóvenes	A definir	En desarrollo	No definida	Prevista	Media	No implementado	Sin evaluación
Defensoría del Pueblo PBA	Promoción derechos	Territorial + institucional	Gacetillas + materiales	Mayores vulnerables	Web, redes, delegaciones	Muy alta	Alta (lenguaje + diseño)	Sí	Alta	Recursos limitados	Mixta
Defensoría del Pueblo PBA	Gestión de reclamos	Territorial + institucional	Gacetillas + materiales	Mayores vulnerables	Web, redes, delegaciones	Muy alta	Alta	Sí	Alta	Brecha digital	Sistemática

ANEXO VI

Propuesta de actualización y/o reedición de la Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores¹⁰

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1: Personas mayores y derechos: hacia un nuevo paradigma

- 1.1 Nueva longevidad: más allá de la vejez tradicional
- 1.2 Edadismo y viejismo: definición y consecuencias institucionales

CAPÍTULO 2: Diversidad de vejezes

- 2.1 La persona mayor como sujeto de derechos y productora de cultura

CAPÍTULO 3: Soledad no deseada, una epidemia silenciosa

- 3.1 De qué hablamos cuando hablamos de soledad no deseada
- 3.2 Magnitud y evidencia
- 3.3 Causas y factores de riesgo
- 3.4 La intervención desde el Estado: principios orientadores

CAPÍTULO 4: Mapa actualizado de políticas públicas, programas y dispositivos

- 4.1 Tabla de programas por área de atención
- 4.2 Ecosistema digital de los organismos
- 4.3 Recuadros destacados: programas clave

CAPÍTULO 5: Perspectiva de género y diversidad en el abordaje de personas mayores

- 5.1 Interseccionalidad
- 5.2 Violencias en la vejez
- 5.3 Sexualidad y diversidad
- 5.4 Lenguaje inclusivo

¹⁰ Este Anexo contiene la propuesta de reedición de la Guía para el Abordaje Integral de las Personas Mayores, elaborada a partir del relevamiento documental, las entrevistas institucionales y el diagnóstico comunicacional desarrollados en los Informes Parciales N° I y II. El documento se presenta como material para ser validado por los organismos de la Mesa Interinstitucional y procesado por el equipo de diseño antes de su publicación. Los recuadros marcados con [DISEÑO] indican contenidos que requieren tratamiento gráfico específico (infografías, iconos, fichas visuales). Los marcados con [ACTUALIZAR] indican datos o contactos que deben verificarse con cada organismo antes de la edición final.

FICHA DE CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD COMUNICACIONAL
DERIVACIÓN INTERINSTITUCIONAL: GRILLA DE CONTACTOS ÚTILES
COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MESA INTERINSTITUCIONAL
NOTAS SOBRE FORMATO Y PRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Hoy, con nuevos aprendizajes incorporados, con más programas en funcionamiento y con una comprensión más profunda de los desafíos que enfrentamos, presentamos su actualización. Como siempre, está pensada como una herramienta concreta para las áreas municipales y organizaciones territoriales que trabajan a diario junto a personas mayores en toda la provincia.

A nivel mundial atravesamos un fenómeno demográfico de gran magnitud: el envejecimiento poblacional. Sus principales causas son la disminución de las tasas de natalidad y mortalidad, y el incremento sostenido de la esperanza de vida. En América Latina y el Caribe, este proceso se encuentra en fase acelerada. La Argentina se ubica entre los países más envejecidos de la región, con más del 15% de personas mayores en su población, y se calcula que en 2050 ese porcentaje alcanzará al 25% de la población total de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, este dato demográfico no alcanza para comprender lo que está ocurriendo. Estamos ante un fenómeno más profundo: la emergencia de una nueva longevidad. Las personas mayores de hoy no envejecen como envejecían generaciones anteriores. Viven más años, en mejores condiciones, con mayor autonomía, con deseos de participar, producir, aprender, vincularse y proyectarse. La vejez ya no es un período de retiro o espera: es una etapa plena de la vida, con sus propias demandas, derechos y potencialidades. Incorporar esta mirada no es solo un gesto conceptual: tiene consecuencias directas en cómo diseñamos políticas, cómo nos comunicamos y cómo tratamos a las personas mayores.

La comunicación deja así de ser un componente accesorio de las políticas públicas y se convierte en una herramienta central para construir ciudadanía, promover autonomía y garantizar el acceso efectivo a derechos en contextos de mayor longevidad.

Al mismo tiempo, es fundamental reconocer que **no existe una única forma de envejecer**. La población mayor de 50 años en nuestra Provincia es profundamente diversa: en términos de edad, género, identidad, territorio, condición socioeconómica, trayectoria vital, acceso a tecnología y redes de apoyo. Esa diversidad no es un dato menor, es el punto de partida de cualquier intervención institucional genuinamente inclusiva. Una persona mayor en un municipio rural del interior bonaerense, una mujer mayor que vive en un conglomerado pero sufre de soledad, una persona mayor con discapacidad, o una persona mayor LGBTIQ+ enfrentan realidades que no pueden abordarse con una misma respuesta estandarizada.

El marco jurídico que orienta este trabajo es claro. La Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores —ratificada por nuestro país mediante la Ley Nacional 27.360— establece que las personas

mayores son sujetos plenos de derechos, y que los Estados tienen la obligación de garantizar condiciones de autonomía, dignidad, participación, no discriminación y acceso efectivo a bienes y servicios. Esta guía se inscribe en ese mandato y en la voluntad política de la Provincia de Buenos Aires de traducirlo en acciones concretas.

Reflexionar como sociedad acerca de la prolongación de la vida implica asumir nuevas responsabilidades estructurales en materia de salud, economía, cultura, hábitat, tecnología y vínculos sociales. Implica también revisar los modos en que, a veces sin advertirlo, nuestras instituciones o nosotras/os reproducimos estereotipos que reducen a las personas mayores a su fragilidad o dependencia, invisibilizando su autonomía, su experiencia y sus derechos.

Estamos convencidas y convencidos de que para avanzar en la construcción de una provincia más diversa, inclusiva y con justicia social es necesario que quienes formamos parte de los distintos niveles de gestión estatal asumamos el compromiso de trabajar de manera integral y con perspectiva de derechos humanos junto a todas las poblaciones. Las personas mayores no son destinatarias pasivas de políticas: son protagonistas, portadoras de saberes y memoria, y parte activa de la vida comunitaria bonaerense.

Las y los invitamos a recorrer estas páginas con la convicción de que una provincia más justa se construye también en cada derivación bien hecha, en cada trato que restituye dignidad y en cada política que llega efectivamente a quien la necesita.

CAPÍTULO 1: PERSONAS MAYORES Y DERECHOS: HACIA UN NUEVO PARADIGMA

1.1 Nueva longevidad: más allá de la vejez tradicional

Vivimos una transformación histórica sin precedentes: las personas viven más años, con mayor salud y en condiciones de participación activa que en cualquier otro momento de la historia. Este fenómeno, que denominamos nueva longevidad, no es simplemente el alargamiento de la vida, sino la **emergencia de una etapa vital cualitativamente distinta**, caracterizada por la autonomía, la proyección personal, la producción simbólica y la plena participación social.

Comprender este cambio exige distinguir dos conceptos que con frecuencia se confunden: **el envejecimiento como proceso biológico** —continuo, gradual, universal, que comienza desde el nacimiento— **y la vejez como construcción social y cultural**, es decir, como un conjunto de significados, expectativas y roles que cada sociedad asigna a determinada franja etaria. Mientras el primero es un hecho fisiológico, la segunda es un producto histórico: cambia según la época, la cultura, el género, la clase social y el territorio.

Esta distinción tiene consecuencias directas para la intervención institucional. Si concebimos la vejez como un estado de deterioro o pasividad inevitable, nuestras políticas tenderán a la asistencia y la tutela. Si en cambio la reconocemos como una etapa de vida plena, nuestras estrategias apuntarán a garantizar derechos, fortalecer autonomía y remover los obstáculos que impiden el ejercicio de una ciudadanía activa.

La nueva longevidad nos interpela como Estado: las instituciones, los lenguajes, los protocolos y los servicios fueron diseñados en gran medida para una población que envejecía de otra manera. Actualizarlos no es una tarea cosmética. Es una revisión profunda para adecuarlos a la nueva realidad pero también para detener el proceso de estigmatización y aislamiento que muchas de las políticas actuales llevan adelante.

La nueva longevidad nos interpela como Estado

La pregunta ya no es ¿que necesita esta persona? sino ¿qué derechos tiene y qué obstáculos encuentra para ejercerlos?

1.2 Edadismo y viejismo: definición y consecuencias institucionales

El **edadismo** es la discriminación, el prejuicio y la estereotipación hacia las personas en razón de su edad. Fue definido por primera vez por el gerontólogo Robert Butler en 1969 y reconocido por la Organización Mundial de la Salud como uno de los tipos de discriminación más extendidos y, al mismo tiempo, menos cuestionados en nuestras sociedades.

El **viejismo** es una forma específica de edadismo dirigida hacia las personas mayores. Se expresa en actitudes, creencias y prácticas que asocian la vejez con la decadencia, la dependencia, la improductividad o la incapacidad para tomar decisiones. A diferencia de otras formas de discriminación, el viejismo es frecuentemente interiorizado por sus propias víctimas, lo que puede llevar a las personas mayores a limitar sus propias expectativas y participación.

RECUADRO: El edadismo es la tercera causa de discriminación en el mundo, después del racismo y el sexismo. (ONU)

La OMS advierte que las personas con percepciones negativas sobre el envejecimiento pueden vivir hasta 7,5 años menos que quienes transitan la vejez de manera positiva.

En el ámbito institucional, el edadismo y el viejismo se manifiestan de formas muchas veces invisibles pero concretas:

- En el lenguaje administrativo: el uso de términos como "ancianos", "abuelos" o "pasivos" como categorías universales homogeneizantes; el tono condescendiente o infantilizante en comunicaciones oficiales.
- En los formularios y protocolos: formularios que no contemplan la diversidad de situaciones vitales de las personas mayores, o que asumen su incapacidad para gestionar trámites de manera autónoma.
- En la atención directa: la subestimación de la capacidad de decisión de la persona mayor; la práctica de informar o consultar a familiares sin el consentimiento expreso de la persona involucrada; la minimización de sus demandas o síntomas. La infantilización y uso de diminutivos en el lenguaje cotidiano.
- En la comunicación institucional: el uso de imágenes que asocian la vejez exclusivamente con la fragilidad, la enfermedad o la pasividad; la ausencia de personas mayores en representaciones positivas de la vida activa y comunitaria.

Desarticular el edadismo institucional no es solo un imperativo ético: es también una condición de eficacia. **Las intervenciones construidas sobre supuestos viejitas generan servicios inadecuados**, erosionan la confianza de las personas mayores en las instituciones y refuerzan los ciclos de exclusión que pretendemos combatir.

[DISEÑO: infografía] Tips de intervención cotidiana

- Utilizar expresiones respetuosas e inclusivas. Se recomienda utilizar términos como: Personas mayores, Personas mayores de 60 años, Personas longevas, Nuevas longevidades, Personas +50. Evitar: “Abuelos/as” como denominación general, “Ancianos”, “Viejitos/as”, “Pasivos”, “Carga”, “Tercera edad” (cuando implique una mirada estigmatizante)
- Evitar infantilización y paternalismo: No utilizar tonos condescendientes, diminutivos ni construcciones que presupongan incapacidad o dependencia automática.
- Evitar representaciones homogéneas: Las personas mayores no constituyen un grupo único ni uniforme. La comunicación debe reflejar diversidad de experiencias, cuerpos, trayectorias y modos de vida.
- Promover narrativas positivas y realistas: Representar a las personas mayores como sujetos activos, con deseos, proyectos, sexualidad, participación social y capacidad de decisión.
- Incorporar enfoque de género y diversidad: Visibilizar las experiencias de mujeres mayores y personas mayores LGBTIQ+, evitando invisibilizaciones o representaciones binarias excluyentes.
- Visibilizar derechos y ciudadanía: Priorizar narrativas vinculadas a derechos, autonomía, acceso, participación y ciudadanía plena.
- Evitar asociación exclusiva con enfermedad o dependencia: La comunicación no debe reducir las vejez a situaciones sanitarias o asistenciales.

CAPÍTULO 2: DIVERSIDAD DE VEJECES

No existe una experiencia única de envejecer. La vejez es plural, heterogénea y atravesada por múltiples dimensiones que configuran trayectorias radicalmente distintas. Reconocer esta diversidad es indispensable para una intervención respetuosa y efectiva.

Entre los principales ejes de diversidad que deben orientar nuestra mirada y nuestras prácticas se encuentran:

Género. El envejecimiento tiene rostro mayoritariamente femenino: las mujeres viven más años, pero con mayor frecuencia en condiciones de pobreza, soledad y desprotección previsional, como resultado de trayectorias laborales interrumpidas por el trabajo doméstico y de cuidados no remunerado. Las identidades y expresiones de género diversas también suponen experiencias específicas que la intervención institucional debe contemplar.

Orientación sexual e identidad de género. Las personas mayores LGBTIQ+ enfrentan formas acumuladas de discriminación a lo largo de su vida, y en la vejez pueden experimentar nuevas vulnerabilidades: invisibilización en dispositivos de cuidado, barreras en el acceso a derechos y falta de reconocimiento de sus vínculos afectivos. La perspectiva institucional debe garantizar un trato respetuoso, libre de supuestos heteronormativos.

Situación de discapacidad. El envejecimiento y la discapacidad son dimensiones que pueden coexistir o intersectarse. Muchas personas envejecen con discapacidades preexistentes; otras adquieren situaciones de discapacidad en la vejez. En ambos casos, la intervención debe articularse con el modelo social de la discapacidad, que sitúa las barreras en el entorno y no en la persona.

Pertenencia étnico-cultural. Las personas mayores pertenecientes a pueblos originarios, comunidades afrodescendientes o migrantes cargan con historias específicas de exclusión y poseen saberes, prácticas y modos de habitar la vejez que merecen reconocimiento activo, no asimilación.

Ruralidad y urbanidad. El envejecimiento en contextos rurales supone particularidades en el acceso a servicios, en las redes de apoyo comunitario y en las condiciones de vida que no pueden igualarse a la experiencia urbana. Las respuestas institucionales deben adaptarse a estas realidades territoriales.

Nivel socioeconómico. La desigualdad social no se detiene con la jubilación. Las condiciones materiales de vida —vivienda, alimentación, acceso a la salud, capital social— determinan en gran medida la calidad del envejecimiento. Intervenir sin considerar estas condiciones es intervenir a ciegas.

Situación de cuidados. Muchas personas mayores son, simultáneamente, receptoras y proveedoras de cuidados: cuidan a sus nietos, a sus cónyuges, a otros familiares con enfermedades crónicas. Reconocer esta doble dimensión es fundamental para no invisibilizar su rol activo y para garantizar que también ellas reciban el apoyo que necesitan.

Acompañamiento y red disponible: La soledad no deseada constituye una problemática creciente en personas mayores de 50 años, con impacto directo en la salud mental, el bienestar emocional y la calidad de vida. Se trata de una experiencia subjetiva que no se reduce a la falta de compañía, sino que implica la ausencia de vínculos significativos, reconocimiento y pertenencia. En este sentido, la soledad puede ser comprendida como una forma de vulnerabilidad vincular y, en muchos casos, como una manifestación de violencias simbólicas y estructurales (edadismo, exclusión social, invisibilización). Esta problemática se desarrolla en profundidad, con datos de magnitud, causas y orientaciones para la intervención estatal, en el Capítulo 3 de esta Guía.

Reconocer la diversidad de vejez no implica fragmentar nuestra intervención ni estigmatizar a quienes atraviesan situaciones de mayor vulnerabilidad. Implica, por el contrario, **construir respuestas suficientemente sensibles como para llegar a cada persona** desde su situación real, sin homogeneizarla ni reducirla a una categoría.

2.1 La persona mayor como sujeto de derechos y productora de cultura

El desplazamiento del modelo asistencial hacia el modelo de derechos es el eje central del cambio de paradigma que orienta esta guía. En el modelo asistencial, la persona mayor es objeto de atención: se la protege, se la cuida, se decide por ella. En el modelo de derechos, es sujeto: titular de derechos exigibles, capaz de tomar decisiones sobre su propia vida, protagonista de su bienestar.

Este cambio de perspectiva tiene implicaciones concretas para la intervención institucional. Significa pasar de preguntar "¿qué necesita esta persona?" a preguntar "¿qué derechos tiene y qué obstáculos encuentra para ejercerlos?". Significa también reconocer que **la autonomía no se otorga: se garantiza, removiendo barreras y acompañando sin sustituir.**

Existe un marco normativo que sostiene este enfoque y que puede verse en la edición número uno de esta misma guía. Lo fundamental dentro de esta actualización será incorporar plenamente a las personas mayores como sujetos de derechos y productores de cultura y entender que ello no es sólo un imperativo ético: es también una condición para construir una sociedad más justa, más diversa y más capaz de reconocerse en toda su profundidad histórica.

RECUADRO: ¿Me estoy parando en el lugar correcto? Preguntas para revisar mi práctica cotidiana

¿Estoy pensando en lo que la persona necesita o en lo que quiere y tiene derecho a decidir?

¿Usé palabras como colaborador/a, obediente o difícil para describirla? ¿Qué dice eso de cómo la estoy viendo?

¿Le expliqué sus derechos o solo le ofrecí servicios?

¿Tome alguna decisión por ella que podría haber tomado con ella?

¿Considere la opinión de la familia o de un profesional por encima de la voluntad de la persona?

¿Le di tiempo y condiciones para expresarse, o fui yo quien definió el problema?

¿Qué obstáculos concretos encuentra esta persona para ejercer sus derechos? ¿Qué puedo hacer desde mi rol para removerlos?

¿La derivé o acompañé? ¿La dejé sola frente a una institución o un trámite?

¿Registré lo que la persona dijo y quiso, o sólo narro lo que yo evalué?

CAPÍTULO 3: SOLEDAD NO DESEADA, UNA EPIDEMIA SILENCIOSA.

La soledad no deseada es una de las experiencias más extendidas y menos visibles en la vida de las personas mayores. No se trata de una elección ni de un rasgo de carácter: es **una condición que emerge cuando los vínculos disponibles no alcanzan** —en cantidad o en calidad— para satisfacer la necesidad humana de pertenencia, reconocimiento y contacto significativo. Y cuando esa brecha se prolonga en el tiempo, sus consecuencias sobre la salud y el bienestar son tan serias como las de muchas enfermedades crónicas.

Reconocer la soledad no deseada como un problema público, y no como un asunto privado o una consecuencia inevitable del envejecimiento, es el primer paso para que el Estado pueda intervenir de manera efectiva.

3.1 ¿De qué hablamos cuando hablamos de soledad no deseada?

La soledad es una experiencia subjetiva: puede sentirla una persona que vive sola, pero también quien está rodeada de familia o de personas en un hogar de cuidados. La clave no está en la cantidad de vínculos, sino en si esos vínculos responden a las necesidades afectivas, relacionales y de pertenencia de cada persona.

En la literatura especializada se distinguen dos dimensiones complementarias: la soledad social, aquella percepción de ausencia de una red social amplia, de falta de pertenencia a grupos o comunidades, vinculada con el aislamiento, la desconexión del entorno y la pérdida de roles sociales (laborales, familiares, comunitarios). Y la soledad emocional, aquella percepción de ausencia de vínculos íntimos y de apego, que puede sentirse incluso en presencia de otras personas si esas relaciones no ofrecen contención, confianza o reciprocidad.

La soledad no deseada no es lo mismo que vivir solo/a

Hay personas que viven solas y se sienten plenas en sus vínculos. Hay personas que viven acompañadas y experimentan una soledad profunda. La diferencia está en si los vínculos disponibles son significativos, recíprocos y satisfactorios para esa persona.

3.2 Magnitud y evidencia: por qué hablamos de epidemia

La Organización Mundial de la Salud (OMS) señaló la soledad y el aislamiento social como un problema de salud pública global. Los datos disponibles son contundentes:

El aislamiento social se asocia con un incremento del 29% en el riesgo de enfermedades cardiovasculares y del 32% en el riesgo de accidente cerebrovascular.

La soledad crónica tiene efectos sobre la salud equivalentes a fumar 15 cigarrillos por día.

Las personas mayores socialmente aisladas tienen mayor riesgo de deterioro cognitivo y demencia.

En Argentina, estudios recientes indican que más del 30% de las personas mayores reportan sentirse solas con frecuencia, cifra que se incrementó significativamente durante y tras la pandemia de COVID-19.

Estos datos no son solo estadísticas: tienen nombre, trayectoria y rostro en cada municipio y barrio bonaerense. Nuestro trabajo territorial cotidiano es uno de los pocos puntos de contacto real con personas mayores que pueden estar atravesando esta experiencia sin visibilidad institucional.

3.3 Causas y factores de riesgo

La soledad no deseada en la vejez no tiene una sola causa. Es el resultado de la convergencia de múltiples factores que se refuerzan entre sí. Reconocerlos permite identificar situaciones de riesgo y orientar las intervenciones. Algunos de ellos pueden ser:

Pérdida de seres queridos (cónyuge, amistades, hermanos): los duelos acumulados reducen la red vincular de forma progresiva.

Deterioro funcional o de salud que limita la movilidad y la participación en actividades sociales.

Jubilación: la pérdida del rol laboral implica, en muchos casos, la pérdida de una red social cotidiana.

Cambio de domicilio o de entorno: mudanzas, institucionalización o desplazamiento territorial que interrumpen las redes construidas.

Esto puede verse incrementado por factores estructurales antes mencionados como el edadismo, la distancia geográfica, las barreras digitales o factores vinculados al género y la diversidad.

Señales de alerta: como identificar la soledad en la práctica cotidiana

La soledad no deseada raramente se presenta con esa denominación. Las personas mayores no suelen decir me siento solo o estoy aislada: lo expresan de otras maneras, muchas veces indirectas:

Visitas frecuentes a servicios o instituciones sin una demanda concreta (vine a ver si había algo).

Relatos de que no tiene con quien hablar o que sus vínculos cercanos ya no están.

Expresiones de que nadie la/lo espera o de que sus opiniones no importan.

Descuido del autocuidado: higiene, alimentación, medicación.

Tristeza persistente, apatía o expresiones de que la vida ya no tiene sentido.

Comentarios sobre la muerte propia sin que haya enfermedad grave de por medio.

Referencias a vivir encerrada/o o a no salir hace mucho tiempo.

Dependencia emocional marcada del agente o del servicio como único vínculo.

3.4 La intervención desde el Estado: principios orientadores

El Estado no puede reemplazar los vínculos afectivos ni resolver por sí solo la soledad no deseada. Pero puede —y debe— contribuir a remover las barreras que la generan y a fortalecer las condiciones que hacen posible la vida vincular de las personas mayores.

Algunas orientaciones fundamentales para la práctica institucional:

Nombrar sin estigmatizar: Hablar de soledad no deseada en la práctica cotidiana es ya un acto de reconocimiento. No se trata de etiquetar a las personas ni de construir nuevas categorías de vulnerabilidad, sino de visibilizar una experiencia que muchas veces permanece invisible porque no entra en los formularios ni en los diagnósticos convencionales.

Escuchar antes de derivar: La primera intervención ante una señal de soledad no deseada no es la derivación: es la escucha. Tomarse el tiempo para que la persona sienta que su experiencia es recibida y valorada es, en sí mismo, un acto reparador. A partir de allí se puede pensar colectivamente qué recursos —personales, comunitarios, institucionales— existen o pueden construirse.

Articular y no fragmentar: La soledad no deseada no es incumbencia de un solo organismo. La intervención efectiva requiere articulación entre los actores que conforman la red territorial: centros de salud, centros de jubilados, organizaciones

comunitarias, áreas de cultura, deporte, desarrollo social. El rol del agente estatal es muchas veces el de activar esa red.

Fortalecer lo comunitario: Los espacios comunitarios, talleres, actividades recreativas, grupos de pares que podemos ofrecer son uno de los principales antídotos contra la soledad no deseada. Acompañar a una persona mayor a conectarse o reconectarse con esos espacios tiene un impacto que trasciende la actividad en sí: es una puerta de entrada a la pertenencia.

No naturalizar: La frase "es que ya está mayor" o "es normal que esté solo" reproduce el viejismo que esta guía propone desarticular. **La soledad no deseada no es un destino inevitable de la vejez.** Es una experiencia prevenible, abordable y, en muchos casos, reversible con la intervención adecuada.

Preguntas para revisar mi práctica frente a la soledad no deseada

¿Presté atención a las señales indirectas de soledad, más allá de la demanda explícita?

¿Le pregunté a la persona como son sus vínculos cotidianos, con quien cuenta, que espacios frecuenta?

¿Tomé tiempo para escucharla antes de pensar en una derivación?

¿Conozco los espacios comunitarios disponibles en el territorio que pueden fortalecer sus vínculos?

¿Articulé con otros actores del territorio que pueden acompañar esta situación?

¿Registré la situación de manera que quede visible para el equipo y permita un seguimiento?

La soledad no deseada es un problema político, no solo individual. Abordarla desde el Estado significa reconocer que los vínculos significativos no son un lujo: son una condición del ejercicio pleno de derechos.

La soledad no deseada constituye uno de los grandes desafíos de las nuevas longevidades. No es un problema individual ni una consecuencia inevitable del envejecimiento: es un fenómeno social, urbano, cultural y político que requiere respuestas públicas orientadas a fortalecer vínculos, comunidades y pertenencia.

CAPÍTULO 4: MAPA ACTUALIZADO DE POLÍTICAS PÚBLICAS, PROGRAMAS Y DISPOSITIVOS

Desde el Estado provincial se diseñan, articulan y gestionan políticas públicas orientadas a garantizar los derechos de las personas mayores. Este entramado de programas e instituciones aborda de manera integral dimensiones centrales de la vida: la salud, la autonomía, la comunicación, la educación, la recreación, los cuidados y el acceso a derechos.

A continuación, presentamos las políticas, programas y organismos que hoy conforman ese **mapa de recursos disponibles para las personas mayores bonaerenses**. Todas ellas comparten una perspectiva común: reconocer a la persona mayor como sujeto de derecho, protagonista activa de su propia vida y de la vida comunitaria.

4.1 Tabla de programas por área de atención

[ACTUALIZAR con los organismos de la Mesa antes de la edición final]

Mapa de políticas públicas y programas por área de atención.

Área	Programa / Dispositivo	Descripción	Organismo responsable
Cuidados y Autonomía	Convenios con hogares de larga estadía	Becas a instituciones para garantizar acceso de personas mayores a residencias.	Min. Desarrollo de la Comunidad
	Visitas domiciliarias	Acompañamiento territorial por agentes sanitarios a personas mayores afiliadas.	IOMA
Inclusión digital	Mayores Bonaerenses Conectados	Talleres para acceso a herramientas digitales: celulares, apps, trámites digitales, prevención de estafas.	Min. Desarrollo de la Comunidad
	Talleres virtuales IOMA	Propuesta para personas mayores con dificultades de movilidad o en localidades pequeñas.	IOMA
Participación cultural	Mayores Bonaerenses Activos	Becas y aportes a centros de jubilados para actividades, talleres y gastos de funcionamiento.	Min. Desarrollo de la Comunidad
	Producción cultural	Promoción de personas mayores como protagonistas y productoras de cultura. Talleres, artesanías, escritura.	Instituto Cultural

Área	Programa / Dispositivo	Descripción	Organismo responsable
	BAFILMA	Plataforma audiovisual provincial con materiales culturales y educativos.	Instituto Cultural
Salud integral	Plan provincial de salud de personas mayores	Estrategia integral dentro del plan quinquenal de salud.	Ministerio de Salud
	Capacitación a equipos de salud	Formación en gerontología, buen trato, fragilidad, cuidados domiciliarios y derechos.	Ministerio de Salud
Género y diversidad	Línea 144	Atención a víctimas de violencia por razones de género, con perspectiva interseccional edad-género.	Min. Mujeres y Diversidad
	Dossier sexualidad y diversidad	Material educativo sobre sexualidad, diversidad y prevención de ETS para personas mayores.	Min. Mujeres y Diversidad
Derechos y protección	Mayores con Derechos	Promoción de derechos humanos de personas mayores. Talleres en municipios y organizaciones.	Subsec. Derechos Humanos
	Curso DDHH y Personas Mayores	Formación virtual abierta a la comunidad sobre derechos y envejecimiento.	Subsec. Derechos Humanos
Turismo y movilidad	Turismo social / ReMayores	Convenios con municipios para turismo accesible; sección específica en la app ReCrea.	IPS
Formación y memoria	Concurso literario «Memorias mayores»	Convocatoria de relatos de personas mayores en el marco de los 50 años del último golpe.	Subsec. Derechos Humanos
	Comunicación / Cosa de Grandes	Publicación orientada a visibilizar experiencias, derechos y actividades de personas mayores.	Min. Comunicación Pública
Inclusión financiera	Educación e Inclusión Financiera	Charlas y mateadas educativas sobre servicios y herramientas financieras. Libreta de Educación Financiera.	Banco Provincia / IPS

Fuente: Elaboración propia a partir de relevamiento documental y entrevistas institucionales.

EJEMPLO DE RECUADRO: Que permita visualizar las políticas no por área de gobierno sino por áreas de interés de las personas mayores.



RECUADROS DESTACADOS CON POLÍTICAS DESTACADAS

Cosa de Grandes Publicación periódica que articula contenidos informativos, educativos, culturales y recreativos, poniendo en valor las múltiples formas de vivir la vejez en el territorio bonaerense. Cada número incluye información sobre políticas públicas disponibles, relatos de experiencias de personas mayores como protagonistas de sus comunidades, propuestas lúdicas y recursos prácticos. cosadegrandes@gba.gob.ar gba.gob.ar/cosa_de_grandes	Podcast Derechos y Vejez Ciclo radial que acompaña, favorece el diálogo, circula la palabra y promueve nuevas narrativas que permitan problematizar los modos de comprender el envejecimiento y la vejez. Personas mayores como protagonistas, acercan información y posibilitan la reflexión. https://campusff.ms.gba.gov.ar/floreal/derechos-y-vejez/s/	Mayores Bonaerenses Activos Programa de becas y aportes a centros de jubilados y organizaciones de personas mayores para el financiamiento de actividades, talleres, mejoras edilicias y gastos de funcionamiento. Desde una perspectiva de derechos y participación, el programa sostiene la vida comunitaria organizada de las personas mayores en todo el territorio bonaerense y articula con el Instituto Cultural en propuestas culturales y recreativas.
IOMA A TU LADO Programa de acompañamiento integral para personas afiliadas mayores. El programa combina talleres presenciales y virtuales con visitas domiciliarias a cargo de agentes sanitarios y acciones de inclusión digital. ioma.gba.gob.ar	Mayores Bonaerenses Conectados Programa de talleres de inclusión digital orientados a que las personas mayores puedan utilizar herramientas tecnológicas cotidianas: celulares, aplicaciones, trámites en línea y mecanismos de prevención de estafas. Los talleres se realizan en espacios comunitarios y están acompañados de materiales impresos diseñados específicamente para este público.	Programa Mayores con Derechos Promueve el acceso a los derechos humanos de las personas mayores desde un enfoque comunitario y territorial. Sus acciones incluyen talleres en municipios y organizaciones, el programa <i>Recogiendo Memoria</i>, el concurso literario <i>Memorias mayores: 50 años, 50 voces</i> y un curso virtual abierto a la comunidad sobre Derechos Humanos y Personas Mayores.

Buenos Aires Siempre Activa Programa del IPS que articula actividades con el Instituto Cultural, produce contenidos como el calendario <i>Paisajes Mayores</i> y desarrolla convenios con municipios para el acceso a turismo social, especialmente en destinos termales.	Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires Sus líneas de acción incluyen talleres de artesanías, escritura y lectura, actividades artísticas en articulación con municipios, y el acceso a museos y espacios culturales.	ReCreo / ReMayores ReCreo es el programa provincial que promueve el turismo y la cultura poniendo en valor el patrimonio bonaerense: sus producciones culturales, fiestas populares, diseños arquitectónicos y bellezas naturales. Dentro de la aplicación, la sección ReMayores ofrece opciones específicas para que las personas mayores puedan explorar y visitar lugares en los distintos municipios de la provincia, accediendo a información detallada de cada destino.
Línea 144 Dispositivo provincial de atención, contención y acompañamiento ante situaciones de violencia por razones de género con abordaje desde una perspectiva interseccional que reconoce la confluencia entre género y edad.	Juegos Bonaerenses Para las personas mayores representan una oportunidad de expresión, encuentro, desarrollo de capacidades físicas, creatividad y aprendizaje colectivo. Su carácter masivo y territorial los convierte en uno de los dispositivos de participación activa de mayor alcance real en la provincia.	Educación e Inclusión Financiera En articulación con el IPS, el Banco Provincia desarrolla charlas y mateadas educativas en municipios bonaerenses orientadas a acercar a las personas mayores información sobre servicios y herramientas financieras. Durante los encuentros se comparte una Libreta de Educación Financiera con conceptos básicos, tutoriales y actividades de estimulación cognitiva, disponible también para descarga digital.

ECOSISTEMA DIGITAL DE LOS ORGANISMOS

Garantizar el acceso a los derechos no se limita a ofrecer programas y prestaciones: implica también asegurar que las personas sepan dónde y cómo encontrar información sobre esos programas, en formatos y canales que sean realmente accesibles para ellas. En un contexto de creciente digitalización de los servicios públicos, los canales institucionales en línea se han convertido en una puerta de entrada fundamental —aunque no la única— para conocer novedades, realizar consultas y acceder a trámites.

Al mismo tiempo, sabemos que el acceso digital no es homogéneo: existen diferencias significativas en los niveles de alfabetización digital de las personas mayores, determinadas por la trayectoria educativa, el contexto socioeconómico, el territorio y la exposición previa a dispositivos tecnológicos. Por eso, como agentes institucionales tenemos una doble responsabilidad: por un lado, conocer los canales digitales disponibles para orientar a cada persona hacia el que mejor se adapte a sus posibilidades; por otro, promover activamente la alfabetización digital como parte del trabajo de acompañamiento, entendiendo que el acceso a la tecnología es también una dimensión del ejercicio de derechos.

[ACTUALIZAR: verificar URLs y canales activos con cada organismo antes de publicar]

Organismo	Sitio web	IG	FB	X	YT	Otros canales
Min. Comunicación Pública	gba.gob.ar	✓	✓	✓	✓	Telegram, TikTok, Twitch, Micrositio Cosa de Grandes
Subsec. Derechos Humanos	si	✓	✓	✓	✓	
Min. Desarrollo de la Comunidad	si	✓	✓	✓	✓	
IOMA	ioma.gba.gob.ar	✓	✓	✓	✓	
IPS	ips.gba.gob.ar	✓	✓	✓	✓	WhatsApp institucional
Instituto Cultural	si	✓	✓	✓		Micrositio Código Bonaerense
Min. Mujeres y Diversidad	si	✓	✓	✓	✓	
Ministerio de Salud	si	✓	✓	✓	✓	
Min. Infraestructura	si	✓	✓	✓		
Defensoría del Pueblo	defensorba.org.ar	✓	✓	✓	✓	Podcast, TikTok, WhatsApp

CAPÍTULO 5: PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD EN EL ABORDAJE DE PERSONAS MAYORES

El género, la orientación sexual y la identidad de género no son dimensiones que se abandonan al envejecer: se profundizan, se resignifican y, en muchos casos, se cargan de nuevas vulnerabilidades. Incorporar una perspectiva de género y diversidad en el trabajo cotidiano con personas mayores no es un agregado opcional: es una condición para garantizar intervenciones efectivas, dignas y no discriminatorias.

5.1 Interseccionalidad: cuando la edad se cruza con el género, la clase y el territorio

La interseccionalidad es un enfoque que permite comprender cómo distintas dimensiones de la identidad y de la posición social —género, edad, clase, territorio, discapacidad, etnia, orientación sexual— se combinan y producen experiencias específicas de privilegio o de discriminación. No existen experiencias puras: una mujer mayor de bajos ingresos en zona rural no envejece igual que un hombre mayor con jubilación en un centro urbano.

En la Provincia de Buenos Aires, la intersección entre edad y género produce, entre otras, las siguientes situaciones:

- Las mujeres mayores concentran las mayores tasas de pobreza, informalidad previsional y dependencia económica, producto de trayectorias laborales interrumpidas por el trabajo de cuidados no remunerado.
- Las mujeres mayores son quienes sostienen en mayor medida el trabajo de cuidado de hijos adultos, nietos y cónyuge, en muchos casos sin ningún tipo de reconocimiento o apoyo institucional.
- Las personas mayores LGBTIQ+ enfrentan el riesgo de retorno a la invisibilidad y a la discriminación en la vejez, especialmente en dispositivos de cuidado donde se asume la heterosexualidad como norma.
- Las personas mayores con discapacidad enfrentan una doble barrera: la discriminación por edad y la discriminación por condición funcional.
- Las personas mayores pertenecientes a pueblos originarios o comunidades migrantes pueden experimentar invisibilización de sus saberes, prácticas y formas de envejecer.

5.2 Violencias en la vejez: tipos, señales de alerta y derivación

Las personas mayores pueden ser víctimas de múltiples formas de violencia que con frecuencia permanecen invisibles. La Convención Interamericana sobre los Derechos Humanos de las Personas Mayores reconoce el derecho a una vida libre de violencia y establece la obligación del Estado de prevenirla, investigarla y sancionarla.

Los tipos más frecuentes de violencia hacia personas mayores incluyen:

1. **Violencia física:** golpes, restricciones de movimiento, privación de alimentos o medicación.
2. **Violencia psicológica:** humillaciones, insultos, amenazas, aislamiento, infantilización sistemática.
3. **Violencia económica:** control o sustracción de ingresos, pensión o bienes; firmas de documentos bajo presión.
4. **Violencia institucional:** trato inadecuado en servicios de salud o sociales; negación de información; toma de decisiones sin consentimiento.
5. **Violencia de género en la vejez:** puede adoptar formas crónicas de larga data o reactivarse en la vejez cuando la mujer mayor depende económicamente de quien la violenta.

Para derivación en situaciones de violencia: Línea 144

La Línea 144 del Ministerio de Mujeres y Diversidad atiende situaciones de violencia por razones de género con perspectiva interseccional, reconociendo la edad como dimensión específica.

Disponible las 24 hs, los 365 días del año. Llamar al 144.

Para situaciones de vulneración de derechos en general: Defensoría del Pueblo PBA | 0221 358-1323 | defensorba.org.ar

Programa Mayores con Derechos (Subsec. Derechos Humanos): 0800-666-8537

5.3 Sexualidad y diversidad en la vejez: desnaturalización de mitos

La sexualidad es una dimensión de la vida humana que no tiene fecha de vencimiento. Las personas mayores son sujetos deseantes y deseados, con derecho a ejercer su sexualidad de manera libre, informada y placentera. Sin embargo, la combinación de edadismo y heteronormatividad produce una doble invisibilización: la desexualización de los cuerpos viejos y el silenciamiento de las expresiones de género y sexualidad diversas en la vejez.

Como agentes institucionales, es fundamental:

- No asumir que las personas mayores no tienen vida sexual activa o afectiva.
- No infantilizar o ridiculizar las expresiones de deseo o vínculo de las personas mayores.
- Garantizar acceso a información sobre salud sexual y prevención de infecciones de transmisión sexual (ITS), que afectan también a la población mayor.
- Respetar y reconocer los vínculos afectivos y familiares de personas mayores LGBTIQ+, incluyendo parejas del mismo sexo o del mismo género.

- Garantizar un trato libre de supuestos heteronormativos en todos los dispositivos de atención y cuidado.

5.4 Lenguaje inclusivo y no estigmatizante: orientaciones para la práctica cotidiana

El lenguaje que usamos en la atención cotidiana construye o destruye dignidad. Algunas orientaciones prácticas:

- Preguntar por el nombre y el pronombre con el que la persona desea ser nombrada, especialmente en contextos de atención directa.
- Evitar suponer el estado civil, la orientación sexual o la conformación familiar de las personas mayores.
- Usar lenguaje no binario o inclusivo cuando la persona lo prefiere, sin extrañeza ni resistencia.
- No usar términos paternalistas o diminutivos (abuelita, viejita, etc.) aunque sean habituales en el entorno.
- Dirigirse siempre a la persona mayor directamente, no a sus acompañantes, a menos que ella misma lo solicite.

FICHA DE CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD COMUNICACIONAL

Toda pieza comunicacional vinculada a personas mayores —ya sea un afiche, un formulario, un mensaje de WhatsApp, un video o un folleto— debe cumplir con criterios básicos de accesibilidad. La siguiente tabla sintetiza esas dimensiones y ofrece orientaciones prácticas para su implementación.

Dimensión	Qué implica	Cómo implementarlo
Lenguaje claro	Oraciones breves, vocabulario cotidiano, evitar tecnicismos, uso de ejemplos concretos y cotidianos.	Revisar todos los materiales institucionales con lectura de usuario. Usar la pregunta: ¿Lo entendería alguien sin formación universitaria?
Diseño accesible	Cuerpo mínimo 14pt, alto contraste, tipografías legibles (sans-serif), uso moderado de elementos gráficos.	Adoptar hoja de estilo única para materiales de la Mesa. Testear con personas mayores antes de publicar.
Accesibilidad audiovisual	Subtitulado obligatorio en videos, audiodescripción cuando corresponda, buena calidad de audio.	Incluir accesibilidad en los pliegos técnicos de producción audiovisual. Formato .srt para subtítulos.
Accesibilidad digital	Compatibilidad con dispositivos móviles, navegación simplificada, reducción de barreras de registro.	Diseño mobile-first en todos los sitios y formularios. Testear con personas con baja alfabetización digital.
Diversidad de soportes	Combinar formatos digitales, materiales impresos, instancias presenciales, radios comunitarias.	Por cada campaña, prever al menos tres soportes: digital, impreso y territorial/presencial.
Mediación territorial	Centros de jubilados, organizaciones comunitarias y referentes como mediadores entre Estado y personas mayores.	Articular con la red territorial de la Mesa para distribución y explicación de materiales. Prever capacitación a mediadores.

Antes de publicar cualquier material, hacete estas preguntas

¿Una persona sin formación universitaria puede entender este texto a primera lectura?

¿Es legible en un celular de pantalla chica?

¿El contraste entre texto y fondo es suficiente?

¿Existe una versión impresa o alternativa para quienes no tienen acceso digital?

¿Lo testeo con alguien mayor de 60 años antes de publicarlo?

DERIVACIÓN INTERINSTITUCIONAL: GRILLA DE CONTACTOS ÚTILES

Esta grilla está pensada como herramienta de consulta rápida para agentes estatales. Permite identificar, ante una situación concreta, que organismo, programa y canal de contacto corresponde activar. Se recomienda imprimirla y tenerla disponible en el lugar de trabajo.

[ACTUALIZAR: verificar numeros de telefono y URLs con cada organismo antes de publicar]

Situación / necesidad	Organismo	Programa o dispositivo	Contacto / teléfono	Sitio / canal digital
Violencia de género	Ministerio de Mujeres y Diversidad	Línea 144	144	gba.gob.ar/mujeres
Vulneración de derechos	Subsec. Derechos Humanos	Programa Mayores con Derechos	0-800-666-8537	derechoshumanos.mjus.gba.gob.ar
Reclamos y orientación	Defensoría del Pueblo PBA	Línea de atención	0221 358-1323	defensorba.org.ar
Salud / cobertura IOMA	IOMA	Atención afiliados	0800-222-4662	ioma.gba.gob.ar
Cuidados / residencia	Min. Desarrollo de la Comunidad	Hogares de larga estadía	gba.gob.ar	gba.gob.ar/desarrollo
Inclusión digital	Min. Desarrollo de la Comunidad	Mayores Bonaerenses Conectados	gba.gob.ar	gba.gob.ar/cosa_de_grandes
Beneficios previsionales	IPS	Atención afiliados IPS	0800-222-4477	ips.gba.gob.ar
Turismo y recreación	IPS	ReMayores / ReCreo	app ReCreo	ips.gba.gob.ar
Salud mental	Ministerio de Salud	Línea salud mental (opción may.)	0800-222-5462	gba.gob.ar/saludprovincia
Información financiera	Banco Provincia / IPS	Educación e Inclusión Financiera	0800-222-0073	bancobaprovincia.com.ar

COMUNICACIÓN INTERNA EN LA MESA INTERINSTITUCIONAL

La Mesa Interinstitucional para el Abordaje Integral de las Personas Mayores es el espacio de coordinación que hace posible esta Guía y que garantiza la coherencia entre los distintos organismos provinciales. Si trabajas en el nivel territorial, este espacio también puede ser tuyo.

Contactos de referencia por organismo

[DISEÑO: completar con los referentes de comunicación de cada organismo en la edición final, con nombre, cargo, mail y teléfono]

Cómo enviar contenidos para Cosa de Grandes

Si realizás encuentros, actividades o talleres con personas mayores que puedan ser de interés para la publicación, podés comunicarte con el equipo editorial:

Mail de contacto: cosadegrandes@gba.gob.ar

Qué podés enviar: fotos de actividades (con autorización de las personas participantes), relatos breves, reflexiones, propuestas.

Sé parte del cambio de paradigma

Envíanos materiales de los encuentros, actividades o talleres que realices con personas mayores, reflexiones o pensamientos que quieras compartir con el resto de la red de la Mesa.

[DATO DE CONTACTO A COMPLETAR: mail o WhatsApp de la coordinación de la Mesa]

NOTAS SOBRE FORMATO Y PRODUCCIÓN

Las siguientes recomendaciones están dirigidas al equipo de diseño y al equipo de comunicación del Ministerio responsable de la producción editorial de la Guía:

- **Organización de contenidos:** mantener la estructura de organización de políticas por área de interés de las personas mayores (y no por área de gobierno responsable). Esto facilita la consulta para el agente territorial.
- **Hipervínculos:** incluir hipervínculos a los sitios y canales de cada organismo para facilitar la consulta en tiempo real. En la versión impresa, incluir códigos QR.
- **Validación interinstitucional:** validar el documento con todos los organismos de la Mesa antes de su publicación, incorporando el mecanismo de validación que ya existe y que fue señalado como fortaleza en las entrevistas.
- **Actualización de actividades:** dado que muchas de las políticas no tienen frecuencia fija (visitas a museos, obras de teatro, turismo social), prever mecanismos de actualización: una página web complementaria, un canal de WhatsApp de la Mesa o una sección digital actualizable.
- **Accesibilidad editorial:** aplicar los criterios de la Ficha de Accesibilidad Comunicacional incluida en este mismo documento: cuerpo mínimo 14pt, alto contraste, tipografía sans-serif, imágenes con alt-text en la versión digital.
- **Ilustraciones:** seleccionar fotografías e ilustraciones que representen la diversidad de vejez bonaerenses: género, territorio, cuerpos, actividades. Evitar el uso reiterativo de imágenes estereotipadas (bastones, boinas, personas pasivas).
- **Recuadros [DISEÑO]:** los recuadros marcados con esta etiqueta en el texto requieren tratamiento gráfico específico. Se sugiere un sistema consistente de colores y formas que distinga: preguntas de autoevaluación, datos estadísticos destacados, fichas de programas y recomendaciones prácticas.