

BOLETÍN DE PRENSA No.270 ->>

- Estudio realizado por alumnos de la carrera de Diseño Gráfico señala que el 9% de adultos mayores en asilos de la ciudad capital están en abandono por sus familiares.
- “Almas plateadas” da voz y rostro a adultos mayores a través de postales, fotografías, espectaculares y una publicación de las personas que viven en una casa hogar.

Alumnos de la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Aguascalientes desarrollaron un proyecto como parte de la materia Taller Integral en el que detectaron y atendieron una problemática social con la finalidad de aportar solución a sectores vulnerables; este trabajo se llama “Almas Plateadas” y es una estrategia que logró captar la atención de la sociedad y logró impactar de manera positiva en la cultura de respeto y dignificación del adulto mayor.

“Almas Plateadas” es el resultado de un trabajo de investigación que realizaron cinco estudiantes que están por titularse como diseñadores gráficos: Sonia Alicia López Santamaría, Fabián Martínez López, Leslie Aguilera Ambriz, Karen Aietse Arámbula Montoya y Eduardo Daniel Torres Moreno; quienes recopilaron información acerca de cuántos asilos hay en la entidad, su situación y necesidades más apremiantes, y entre los resultados obtuvieron que el 9% de las personas en estos lugares están en una situación de abandono por parte de sus parientes.

Ante este panorama, los alumnos aplicaron sus conocimientos para crear una campaña que ayuda a visibilizar este sector de la población con la intención de dignificar y revalorar al adulto mayor como parte importante de la sociedad, quienes tienen mucho que ofrecer en cuanto a enseñanzas y experiencias, por lo que los estudiantes destacaron la idea “algún día fueron como tú, y algún día tú serás como ellos”, el cual es el slogan de este proyecto.

Para este trabajo se contempla beneficiar a la casa hogar “La Sagrada Familia”, la cual fue fundada en 1971 y se encuentra en la calle Benjamín de la Mora 151, en la ciudad de Aguascalientes, y actualmente alberga a 14 mujeres, quienes son las protagonistas de la campaña diseñada por los estudiantes de la UAA.

Esta campaña incluyó una serie de postales con la imagen de las mujeres quienes transmiten su cautivadora personalidad, además de una página en Facebook, una galería de fotografías, un espectacular, la difusión de “Almas Plateadas” en diversos medios de comunicación y la publicación de un libro con un tiraje de 200 ejemplares con la historia de cada una de ellas, entre otros recursos empleados.

Esta campaña fue apoyada por 16 patrocinadores quienes se anexaron al propósito de apoyar a las adultas mayores, cuyas necesidades pueden ser cubiertas con la solidaridad de la población mediante colecta de alimentos, apoyo para solventar servicios médicos y la más importante: atención; pues la falta de cariño es uno de los factores que les hace más vulnerables. Cabe destacar que “Almas Plateadas” ya ha dado resultados positivos, pues las mujeres ya están

recibiendo visitas en la casa hogar de personas que no son sus parientes y la donación de víveres.

