

Mather's — más que un café [More than a Cafe]

Barbara Altwies

MATHER LIFEWAYS/ EVANSTON, ESTADOS UNIDOS



Introducción

Mather LifeWays es una organización sin fines de lucro con sede en Evanston, Illinois, dedicada a identificar, implementar y compartir las mejores prácticas orientadas al bienestar de los adultos ma-

yores. El reto que enfrentamos es el de involucrar de manera creativa a los adultos mayores de ingresos medios o bajos que viven en barrios suburbanos densamente poblados y que no recurren,



como lo hacen los sectores más pobres, a los servicios públicos.

Mather LifeWays se propone mejorar las vidas de los adultos mayores creando alternativas para envejecer bien a través de la investigación y la promoción de servicios educativos para los usuarios y los profesionales del cuidado de la salud que interactúan con ellos. Cuenta con residencias y cafeterías (Mather's – more than a Cafe), y también con el Mather LifeWays Institute of Aging. Este último provee la información necesaria para guiar la operación de los servicios que Mather LifeWays otorga y generar nuevas opciones y servicios innovadores. Fundado en 1999, el Instituto desarrolla programas piloto y sondeos tanto en las residencias como en las cafeterías.

Mather's – more than a Cafe cuenta con cuatro establecimientos (tres de ellos en los suburbios de Chicago) que atienden a personas de diversas etnias.

Actividades

Después de una amplia investigación demográfica, y de establecer contactos con numerosos gru-

pos comprometidos con el vecindario (comerciantes, residentes y líderes), empezó a tomar forma un singular enfoque sobre servicios para los adultos mayores: Mather's – more than a Cafe.

A partir del reconocimiento de que el espacio de la comida tradicionalmente reúne a las personas, elimina las barreras y permite establecer contactos interpersonales, Mather LifeWays solicitó el diseño y construcción de un modelo novedoso de cafetería en la parte delantera de un local alquilado. El diseño se centró en crear un ambiente cálido y acogedor a través de los colores en los muros, los muebles y la iluminación.

Las mesas con cubiertas de vidrio contienen cajas sombreadas con recuerdos valiosos que los clientes del Café otorgan en préstamo. La música orquestal en CD permea el ambiente, y los pisos de madera invitan a bailes improvisados. Las áreas cibernéticas del comedor también atraen a aquellos que prefieren *navegar* en la red o revisar sus correos electrónicos.

Los servicios y la selección de los alimentos en el Café se ofrecen a clientes de varias generaciones, e incluyen desayunos al gusto, comidas y artículos para llevar, además de ofrecer banquetes a domicilio. Los precios son razonables y el menú ofrece diversas opciones para satisfacer los apetitos y las dietas de los clientes.

Como lo indica su nombre, Mather's – more than a Cafe también es un centro comunitario y un centro de bienestar, además de un centro de diversión y aprendizaje para adultos de 55 años o más. Las ofertas y los servicios a la comunidad responden a las necesidades e intereses de los clientes, identificados a través de evaluaciones del programa, recomendaciones del personal, entrevistas con trabajadoras sociales, reuniones trimestrales con los clientes, y los resultados de una encuesta anual sobre satisfacción y calidad de vida preparada por Mather LifeWays Institute on Aging.

El Café tiene el propósito original de ser multifuncional. Los salones de clase se transforman en laboratorios de cómputo, los salones se convierten en estudios ideales para el ejercicio o el baile. Las secciones del restaurante se convierten en sitios perfectos para conversaciones informales con amigos, para la lectura del periódico del día o para discusiones de grupos pequeños.



Los programas se ofrecen trimestralmente, durante todo el año, e incluyen clases aisladas o seriadas sobre *bienestar* (información sobre la salud, conferencias, proyecciones, programas de ejercicios, servicios de trabajadoras sociales), *información para el consumidor* (seminarios sobre aspectos financieros, servicios de transporte, declaraciones de impuestos, aspectos sobre prevención de delitos), *aprendizaje a lo largo de toda la vida* (artes y humanidades), *dubes de interés específico* (ajedrez, tejido, coros, juegos de cartas, juegos de salón, adivinanzas), *programas especiales* (celebraciones culturales, simposios sobre mujeres, exhibición de antigüedades, mercado de pulgas) y *viajes de un día* (viajes locales y regionales a sitios históricos, teatros, museos, conciertos). Al ofrecer estas variadas oportunidades, la programación tiene la posibilidad de llegar a un público más amplio y satisfacer diversas necesidades.

El personal del Café incluye un administrador y un recepcionista de tiempo completo, dos cocineros, un ayudante y adultos mayores voluntarios del Legacy Corps, financiados por Americorps, Mather LifeWays y la Universidad de Maryland. Los servicios internos de Mather LifeWays incluyen la dirección ejecutiva, la programación, la mercadotecnia y finanzas. Se cuenta con contratistas independientes como instructores, conferenciantes, guías de turismo y artistas.

El financiamiento de Mather's – more than a Cafe se resuelve a través de los pagos de los clientes, donaciones y subsidios de Mather LifeWays.

Tomando como punto de partida la premisa de que *el aprendizaje nunca termina*, la programación del Café intenta sustentar un modelo de envejecer representado por seis dimensiones que persiguen el bienestar integral y enfatizan la autodeterminación, ser responsable de sí mismo y ser optimista:

Física: Vivir una vida saludable, incluyendo la participación en ejercicios regulares, nutrición adecuada y cuidado de sí mismo.

Espiritual: Encontrar un significado y propósito en la vida y estar en armonía con el mundo.

Vocacional: Hacer visible el desarrollo personal y lograr satisfacción con su actividad y otras experiencias de la vida.

Social: Crear y mantener relaciones a través de conversaciones, intereses compartidos y participación activa con los demás.

Intelectual: Ampliar el conocimiento a través de oportunidades continuas de aprendizaje, objetivos creativos y discusiones estimulantes.

Emocional: Comprender, manejar y expresar los sentimientos de manera satisfactoria.

Desde este esquema, envejecer bien significa esforzarse por alcanzar el nivel más alto de bienestar que la persona es capaz de lograr.

Resultados

Desde que fue creado, Mather's – more than a Cafe ha sido reconocido y premiado por el cambio de paradigma que representa en cuanto a servicios a clientes. El diseño de sus interiores y los servicios que ofrece presentan un enfoque novedoso, vital, que promueve en los adultos mayores autonomía y que permanezcan en contacto con sus comunidades. Los cafés de Mather LifeWays ayudan a los vecindarios a procurar mejores lugares para que los adultos mayores vivan, trabajen, aprendan, contribuyan y jueguen, donde gente de todas las edades de toda la comunidad pueda acudir a comer comida fresca y participar en programas y actividades interesantes y estimulantes. Aquí los viejos

son reconocidos como las personas que son, y no por pertenecer a un determinado “rango de edad”.

El Mather LifeWays Institute on Aging evalúa el impacto de los servicios de las cafeterías en ocho aspectos relacionados con la calidad de vida: significado de la vida, bienestar social, dignidad, individualidad, vitalidad, gozo, autonomía y crecimiento personal. Los indicadores de calidad de vida aumentan con la frecuencia de las visitas. En un primer análisis puede asumirse que la gente que está más sana, y que por lo tanto goza de una mejor calidad de vida, frecuentaría más el Café; sin embargo, no hay una relación significativa entre estado de salud y frecuencia de visitas al Café. Los índices de calidad de vida se incrementaron 34% conforme la frecuencia de visitas se incrementó de menos de una vez por mes a semanalmente. Se encontró una correlación especialmente significativa entre la frecuencia de uso del Café y los aspectos de autonomía, crecimiento personal, significado de vida y bienestar social.

Actualmente los servicios de Mather’s tienen un efecto protector hacia los clientes de manera que les ayuda a mantenerse independientes en sus hogares: por ejemplo, aquellos que reportaron que tienen un estado de salud pobre también percibieron que los servicios de Mather les proveyeron un alto grado de autonomía, crecimiento personal e individualidad. Adicionalmente, aquellos que reportaron tener un estado de salud muy pobre fueron los más enérgicos defensores de los servicios alimentarios de Mather y fue el grupo que más recomendó este servicio a otros.

En 2005 se atendieron 77 464 clientes, la mayoría mujeres, principalmente personas solas y viudas, a excepción del Café de la calle 83, en el que la mayor parte son casados y se describen a sí mismos como en excelente o buen estado de salud.

El concepto Mather’s – more than a Cafe es flexible y puede modificarse para adecuarse a una diversidad de situaciones. Por ejemplo, en un barrio densamente poblado que incluye a adultos mayores con alta capacidad de consumo, Mather LifeWays desarrolló un “Café sin muros”, asociándose con iglesias de ese vecindario. Se realizan comidas y programas de variedades mensualmente en localidades que se van rotando; se llevan a cabo clases semanales en salones de usos múlti-

ples dentro de la iglesia y se programan viajes de un día cada mes.

Recomendaciones para la acción

1. Presenciamos en la actualidad un renacimiento de programas orientados a la atención de los adultos mayores; a medida que cada vez más organizaciones y negocios se dedican a ello se hace necesaria una profunda investigación sobre los servicios existentes con el fin de explorar posibles oportunidades de asociación y evitar duplicidades.
2. Es necesario evitar querer “hacer todo para todo el mundo”. Con sus limitados recursos, las organizaciones deben enfocarse en aquellos programas y servicios que desempeñan con éxito, y convertirse así en puntos de referencia confiables para otras actividades comunitarias.
3. Es imprescindible conocer la población a la que se está atendiendo, su forma de vida y sus patrones de consumo. Una encuesta de mercado que realizó el Mather LifeWays Institute on Aging en 2003 incluía cinco aspectos clave, como “comer fuera” en su colonia, patrones de compromisos sociales, participación en actividades de la comunidad, interés en nuevos servicios/actividades, y calidad de vida.



Lecturas sugeridas

Recomendamos visitar la página web de Mather LifeWays:

www.matherlifeways.com/

Agradecemos la colaboración de Elizabeth Sassen, directora de Café Development, Mather LifeWays.

Traducción: Dora Benveniste.



Un burócrata es una persona que siempre encuentra una dificultad para cada solución que se le proponga.

Lord Samuel, hombre de estado y escritor inglés, 1870-1963.