

Guía para una **Comunicación Libre** de **Edadismo** hacia las **Personas Mayores**



La presente Guía es una de las principales líneas de acción del Observatorio del Edadismo. Este documento ha sido subvencionado por el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, a través de la subvención de apoyo al tercer sector de acción social con cargo al 0,7 del impuesto del IRPF.

Documento elaborado por:

Fundación HelpAge International España

Escrito por:

Elena Molina Núñez

Responsable de Proyectos, HelpAge International España.

Irene Ramos Soler

Directora del Grupo de Investigación, Envejecimiento y Comunicación de la Universidad de Alicante y del Observatorio Mayores y Medios de Comunicación de la Universidad Permanente de la Universidad de Alicante (UPUA).

Ana Belén Fernández Souto

Profesora titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Directora de la Cátedra de Edadismo, Universidad de Vigo.

Coordinado por:

Elena Molina Núñez

Responsable de Proyectos.

Viridiana G. Chacón Salas

Responsable de Comunicación y Prensa.

HelpAge International España.

Fecha: noviembre 2023.

Copyright: Fundación HelpAge International España 2023.

El contenido es responsabilidad única y exclusiva de la Fundación HelpAge International España y, en ningún caso, refleja la opinión o puntos de vista del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Cualquier parte de esta publicación puede ser reproducida sin permiso para fines educativos y sin ánimo de lucro. Por favor, atribuir explícitamente la autoría a HelpAge International España y envíen una copia o enlace de este a la dirección de correo electrónico: observatorio@helpage-espana.org

Agencia Creativa:

Be One

Imprenta:

Gráficas AGA

Subvencionado por:



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

ÍNDICE

6 Prólogo

8 Revolución demográfica
como reto informativo

11 Mitos y estereotipos
sobre edadismo

15 Mujeres mayores y medios
de comunicación

17 El lenguaje importa

22 Las imágenes y
las personas mayores

26 La voz de
las personas mayores

28 HelpAge International
España

30 Glosario

33 Entidades
especializadas

PRÓLOGO

1.

Es difícil olvidar el arranque de una de las mejores obras literarias en español, *Cien años de soledad*: “Muchos años después, frente al pelotón de fusilamiento, el coronel Aureliano Buendía había de recordar aquella tarde remota en que su padre lo llevó a conocer el hielo [...] El mundo era tan reciente, que muchas cosas carecían de nombre, y para mencionarlas había que señalarlas con el dedo”. El edadismo es probablemente tan antiguo como Macondo, ese fantástico territorio ideado por García Márquez, que cuando su fundación “era en verdad una aldea feliz, donde nadie era mayor de treinta años y donde nadie había muerto”. Pero, lo cierto, es que hemos tardado demasiado tiempo en ponerle nombre. Y, aún hoy, muchísimas personas no son conscientes de la existencia del edadismo, de las injusticias que provoca y del dolor que genera.

El primer paso para resolver un problema es saber que existe, tomar conciencia. Por eso es tan importante que hablemos de edadismo y de cómo luchar contra él. “La concienciación social no solo pone encima de la mesa los peligros del edadismo, sino que además crea una base sólida para combatirlo, tal y como se ha hecho con otros -ismos, por ejemplo, el sexismo o el racismo”, se explica acertadamente en esta *Guía para una Comunicación Libre de Edadismo hacia las Personas Mayores*. Una iniciativa de HelpAge International España que, estoy seguro, se convertirá en un instrumento muy útil para periodistas y comunicadores.

La pandemia sacó a la luz de la forma más cruel imaginable ese edadismo que está en la base de lo ocurrido en las residencias, primero con una violación masiva de derechos fundamentales de decenas de miles de personas mayores y después con los constantes obstáculos para que se conozca la verdad y se haga justicia. Pero no son solo las residencias. Se mire donde se mire, aparecen manifestaciones de la discriminación de las personas mayores por la edad: en el terreno laboral, en su relación con las Administraciones Públicas o las entidades financieras, en la brecha digital...

Para cambiar las cosas, los medios son un aliado imprescindible. Los autores de esta Guía están convencidos, con razón, de que “es fundamental mejorar el lenguaje audiovisual y el relato del envejecimiento que transmiten” los medios, “ya que su alcance e impacto es innegable”.

La escritora Belén Gopegui, en un libro maravilloso titulado *Ella pisó la luna. Ellas pisaron la luna*, nos recuerda la importancia del lenguaje: “Sabemos que hay quien piensa que las palabras no son importantes, pero nosotras sostenemos que sí lo son”. El mundo ya no es tan reciente como cuando se fundó Macondo, hay ya pocas cosas que carezcan de nombre, sabemos ya definir el edadismo sin necesidad de señalarlo con el dedo. Las palabras importan. Y nos deben ayudar a derrotar el edadismo, para construir así una sociedad más digna y más justa.

Manuel Rico

Periodista

Revolución demográfica como reto informativo

2.

Con los avances sociales y el progreso económico de las últimas décadas, las personas vivimos más y mejor. En España, la pirámide de población sigue su evolución con un aumento de la proporción de personas mayores.

En
2022

el número de **personas de 65 años y más** supone el

19,09%

de toda la población española.

Hace tan solo 60 años ese porcentaje era del 8,2%.

En
2050

se prevé que este porcentaje sea del

30%

unos 16 millones de personas. (Fuente: INE).

Destaca también el amplio número de supercentenarios (110 años o más) que han aumentado considerablemente en el continente europeo desde 1970.

Estos cambios demográficos están transformando nuestra sociedad y forma de entender el envejecimiento, pero...

¿Qué pensamos actualmente?

MITO: las personas mayores son dependientes e incapaces de tomar decisiones por sí mismos y constituyen una carga para sus familias y para la economía.

REALIDAD: el estado de salud, el tipo y nivel de actividad, la productividad y otras características socioeconómicas de los adultos mayores están cambiando significativamente en muchas partes del mundo en los últimos años.

Así se evidencia el principal problema de los **estereotipos**: no todos los adultos mayores son dependientes, ni les gusta jugar a las cartas, ni al dominó... sino que, como ocurre en el resto de las edades, todos tienen necesidades y gustos diferentes y contribuyen a la economía local.

Por tanto, para no caer en estereotipos y prejuicios, debemos ser conscientes de su existencia y de las consecuencias negativas que tienen en la sociedad.



Un buen uso del lenguaje desde el ámbito de la comunicación es clave para llegar a todos los estamentos sociales, por lo que el papel de los medios de comunicación es fundamental. La concienciación social no solo pone encima de la mesa los peligros del edadismo, sino que además crea una base sólida para combatirlo, tal y como se ha hecho con otros -ismos, por ejemplo, el sexismo o el racismo.

Los periodistas deben ser conscientes de su papel como líderes y generadores de opinión en la sociedad, y comprender que las consecuencias de la discriminación por edad nos afectan a todos, en todos los ámbitos de nuestra vida.

Mitos y estereotipos sobre edadismo

3.

La construcción social del envejecimiento, nuestro aprendizaje social, cultural, creencias y experiencias personales determinan la forma en la que miramos, pensamos y tratamos la edad, el envejecimiento y la vejez.

El edadismo se puede dar en tres niveles distintos: el macro o institucional, el meso o interpersonal y el micro o autoinfligido.

Institucional

El primero se refiere a prácticas sociales, económicas o sanitarias que incorporan conductas discriminatorias hacia las personas mayores. Los efectos de dichas prácticas son muy negativos y se manifiestan a través de menores oportunidades y/o dificultad para acceder a determinados recursos como los económicos, la vivienda o la atención sanitaria. Es el caso, por ejemplo, de las dificultades que tienen las personas mayores a la hora de conseguir una hipoteca o un préstamo personal o para hacerse un seguro de salud o de vida.

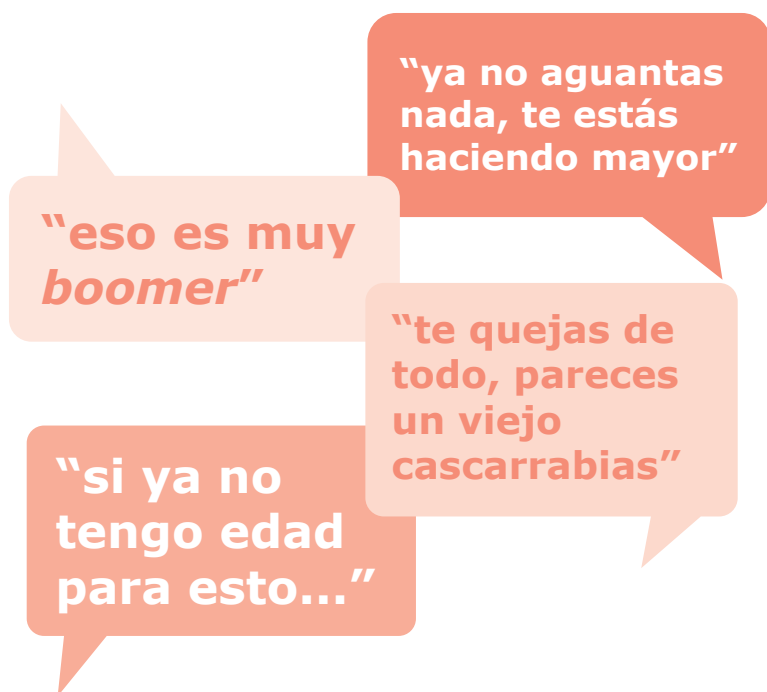
Interpersonal

El nivel meso se observa en grupos, en las interacciones personales, manifestándose de múltiples formas y con efectos muy negativos en la vida de las personas mayores, como rechazo, marginación, invisibilidad y menosprecio.

Autoinfligido

Y, por último, el micro nivel se produce cuando se interiorizan mensajes y estereotipos negativos, de forma explícita, a través del lenguaje, o de forma implícita, a través de las imágenes que podemos ver en los medios de comunicación. El edadismo interiorizado afecta al pensamiento, emociones y comportamiento, y puede ser limitante al hacer que los individuos se perciban a sí mismos menos capaces y de manera errónea.

La **discriminación por edad** a menudo se trivializa, pasa desapercibida o se “acepta” de manera sutil a través de lo que ya se conoce como **micro edadismos**. Hablamos de comportamientos, expresiones o actitudes habituales, generalizadas y de uso extensivo. Gestos o comportamientos automatizados, como, por ejemplo, hablar de forma distinta a las personas mayores, en un tono más alto, con diminutivos o más despacio, utilizando frases hechas o expresiones del tipo:



Bajo el paraguas del concepto micro edadismos encontramos una amplia gama de **comportamientos cotidianos, comentarios y acciones** que, aunque sutiles, perpetúan el prejuicio contra las personas mayores.

El edadismo es particularmente **visible a través de los medios de comunicación** y todo lo que proyectan. Los discursos mediáticos impactan en la vida de muchas personas y son el medio más poderoso de creación y propagación de ideas y mensajes, socializando y educando de manera informal.

El envejecimiento es un proceso complejo y sustancialmente subjetivo, donde la visión del mayor sobre sí mismo juega un papel esencial. En este sentido, es importante tener en cuenta que los estereotipos surgen de nuestra experiencia personal, pero también de lo que consumimos a través de los medios. Si el edadismo es un hecho recurrente en los medios de comunicación, tal y como se ha podido demostrar a lo largo de años de estudios, es fundamental mejorar el lenguaje audiovisual y el relato del envejecimiento que transmiten, ya que su alcance e impacto es innegable.

Vivir en una sociedad longeva no es lo mismo que vivir en una sociedad envejecida.

Aunque la realidad que subyace sea la misma, el significado o la resonancia social de las palabras que usamos puede cambiar nuestra percepción de la realidad, dándole forma. El lenguaje representa en palabras, en metáforas o en imágenes el pensamiento que se ha ido construyendo en torno al envejecimiento. Por tanto, las palabras importan, el lenguaje nunca es neutro, los términos envejecer, vejez, viejo o vejeces están socialmente impregnados de connotaciones negativas y nos hacen reproducir de forma inconsciente estereotipos negativos, contribuyendo de esta manera a su continuidad en el tiempo y, cuando no, a su refuerzo.

Todos somos edadistas –en mayor o menor medida–

y todos somos susceptibles de sufrir en algún momento de nuestra vida la discriminación por edad. En ese sentido, debemos ser conscientes de que el edadismo nos afecta a todos de forma directa.

Cierto es que muchas veces lo hacemos de forma inconsciente, sin mala intención o, incluso, al contrario, con la mejor de las intenciones.

Pero los comentarios edadistas pueden tener consecuencias irreparables por lo que es necesario aprender a utilizar lenguajes y comportamientos adecuados.

En ese sentido, los medios de comunicación cuentan con una gran aceptación social y con una gran capacidad formativa. Al igual que ha ocurrido con el racismo primero y el sexismo después, es necesario que la sociedad, en general, sea consciente del problema que implica el edadismo y, a partir de ahí, exista un pacto social que implique a todo tipo de instituciones en la lucha. En el epicentro deberían estar los medios de comunicación, aportando posicionamiento y el uso de un lenguaje apropiado para que, poco a poco, se pueda interiorizar a nivel individual en nuestra sociedad.

Mujeres mayores y medios de comunicación

4.

Las mujeres tienen una esperanza de vida mayor que los hombres, pero tienen una calidad de vida peor y se enfrentan a más riesgo de pobreza, violencia, discriminación y soledad cuando son mayores.

Es decir, las mujeres viven más, pero en peores condiciones. A pesar de que las mujeres mayores representan una importante proporción de la población, las barreras específicas a las que se enfrentan -por ser mujeres y por ser mayores- siguen estando invisibilizadas. Las mujeres mayores se enfrentan a discriminación en múltiples áreas, como el empleo, la atención médica, servicios financieros, programas de desarrollo y disposición de la propiedad. Estas prácticas son particularmente fuertes contra mujeres viudas o solteras, mujeres mayores en situación de discapacidad, mujeres campesinas y migrantes.



Existen pocas investigaciones que afronten la relación entre discriminación de género y discriminación por edad, además las mujeres mayores son las grandes olvidadas en las campañas de sensibilización contra la violencia machista y en las iniciativas dirigidas a fomentar la igualdad, tanto a nivel nacional como internacional.

Si nos fijamos en los medios de comunicación, pocas veces encontramos a mujeres mayores como protagonistas de historias

y, cuando lo son, se dirigen a un público minoritario. En general, cuando las mujeres mayores aparecen en ellos, se las caracteriza en papeles secundarios, en el que su sexualidad ha sido anulada, su valor social depende de su capacidad como cuidadora o abuela y se ignoran sus necesidades, inquietudes y sus proyectos vitales. Estos estereotipos influyen en nuestra actitud hacia las mujeres mayores y en lo que pensamos de ellas: desde tratarlas como torpes o tontas y ejercer cierto paternalismo sobre ellas, a infravalorar sus deseos, sus inquietudes o sus opiniones. Estas actitudes están ligadas a la edad y al envejecimiento, pero también al hecho de ser mujeres.

Por otro lado, esta invisibilidad hace que existan grandes carencias en la atención dirigida a mujeres mayores que viven situaciones de violencia de género y que, a su vez, las mujeres mayores tengan menos concienciación sobre las desigualdades y sean quienes recurran en menor medida a los servicios de ayuda ante la violencia de género.

**El lenguaje
importa**

5.

La forma en que nos dirigimos a las personas mayores es importante porque puede afectar a su comportamiento.

Se aconseja utilizar el lenguaje de manera consciente y responsable, para evitar perpetuar los estereotipos y falsos mitos que rodean al grupo etario de los adultos mayores. Debemos evitar términos y expresiones que generalicen en exceso, homogeneizando a todos, hombres y mujeres bajo una única versión y visión.

Los términos más aceptados para dirigirse a este colectivo por considerarse más objetivos y sin carga o valoración de ningún tipo, son personas o adultos mayores, o simplemente mayores. Por el contrario, debemos evitar usar otros que sí están dotados de connotaciones negativas, que simplifican, despersonalizan, reducen y homogenizan las diferentes formas de ser y vivir de las personas mayores, de la vejez y el envejecimiento. Por ejemplo, los términos:

~~Viejo/a~~

~~Anciano/a~~

~~Jubilado/a~~

~~Pensionista~~

~~Tercera edad~~

~~Abuelo/a~~

Estos términos no deben usarse para describir al grupo etario en general, solo para cuando se requiera, en función del contexto y para casos específicos. **Se debe**

reconocer la diversidad de los adultos mayores, y esto no se puede hacer a través del uso generalizado e inapropiado de los anteriores términos. Envejecer, el logro de la longevidad no puede asociarse al estereotipo estigmatizado que se asocia a lo viejo, a lo estropeado, a lo que no tiene ya utilidad por su uso, que son las acepciones que hasta hace muy poco estaban presentes en el diccionario de la RAE cuando se buscaba la palabra viejo. Esta creencia está fuertemente arraigada en nuestro imaginario social, y debemos cambiar esta visión cambiando nuestras palabras. Abuelo/a homogeneiza excesivamente, es inapropiado que se defina a un grupo etario a través de un rol familiar que puede o no darse. Lo mismo sucede con la excesiva asociación de la edad con el ciclo de vida y la vinculación con el trabajo, a través de los términos tercera edad o jubilados y pensionistas.

Las necesidades laborales y sociales cambian, al igual que la edad de jubilación.

La utilización de un lenguaje paternalista e infantilizado hacia las personas mayores puede animarlos a conformarse con estereotipos negativos de la vejez (por ejemplo, poca competencia y dependencia).

Se debe evitar:

Cambiar el tono y el ritmo de voz cuando nos dirigimos a los adultos mayores.

Usar diminutivos como "Juanillo", "Anita" o "Manolito".

Expresiones con pronombres posesivos como "nuestros mayores", "los vuestros".

Expresiones afectuosas del tipo "bonita mía", "cariño" o "solete mío".

Expresiones que ubican a las personas mayores fuera de la acción principal, por ejemplo, a través del uso abusivo de verbos modales de acción o del complemento indirecto "le/les". Ejemplo "le dejamos que conduzca" o "no sabe lo que quiere".



Las personas mayores no son sordas, ni tontas. Hablarles más despacio, en un tono de voz más alto y con palabras simples o sencillas es una falta de respeto y de conocimiento sobre la diversidad del proceso de envejecimiento y sus necesidades. No son de nuestra propiedad ni de la de nadie. Usar de forma generalizada las expresiones anteriores además de infantilizarles, sugiere falta de respeto y sobreprotección.

Debemos llamar a las personas por su nombre y mantener el mismo tono y ritmo de voz que se usa con el resto de los grupos etarios. No debemos usar diminutivos ni expresiones de afecto o cercanía de forma generalizada cuando no tenemos una relación directa y personal con ellos.

El lenguaje que utilizamos influye en conductas y creencias sociales por lo que un uso incorrecto al describir una realidad o a un grupo social puede convertirse en una forma de discriminación. Por ello, **es fundamental utilizar los términos adecuados, reales y no estereotipados** a la hora de referirnos a las personas mayores.

sí

"Abuelos y nietos, unidos por la igualdad digital".

Onda Cero, 3/06/2023.

NO

"Abuelo de 70 años, pide trabajo para poder cobrar la pensión y su anuncio se viraliza".

20 minutos, 15/10/2020.

El término "abuelo" o "abuela" no es aconsejable ya que no todas las personas mayores son abuelos/as ni todos los abuelos/as son mayores. Aunque este término puede denotar simpatía o cercanía sugiere un trato discriminatorio hacia las personas de edad adulta.

sí

"Mujer mayor muere tras ser atacada por un perro pitbull abandonado que adoptó en España".

El Imparcial, 28/02/2023.

NO

"Un anciano de 60 años es rescatado tras aparecer flotando boca abajo en el río Ulloa en Pontecesures (Pontevedra)".

Europa Press, 30/09/2018.

La palabra anciano/a está cargada de prejuicios y tiene connotaciones negativas. Además, no corresponde a la realidad de la mayoría de las personas mayores.

sí

"Literatura para conectar a mayores y jóvenes".

La Nueva Crónica, 6/5/2023.

NO

"Millennials, viejos y niños: recomendaciones para los nuevos lectores en el Día del Libro".

Cadena Ser, 22/04/2023.

Se desaconseja este término ya que en gran parte es utilizado para insultar.

sí

"Vestirse con un -traje de la vejez- para entender mejor a las personas mayores".

El País, 10/01/2023.

NO

"Pensando en nuestros mayores".

Diario de Navarra, 24/03/2023.

La expresión "nuestros mayores" expresa uniformidad en cuanto al género y al grupo. Además, utilizar el posesivo para referirnos a ellas les quita autonomía. Aunque se pretenda mostrar cariño, homenaje o respeto hacia la generación a la que nos referimos, esta expresión queda subsumida por un abrazo paternalista y por el mensaje de estar ante un grupo desprotegido y frágil y, en consecuencia, necesitado de protección permanente.

Las imágenes y las personas mayores

6.

No solo las palabras importan, la imagen, la visión que se muestre de la edad, la vejez y el envejecimiento, construye realidades y las dota de un significado social potente y profundo.

Para conseguir una imagen de las personas mayores actual, real y no estereotipada, es fundamental mostrar y visibilizar cómo se pueden disfrutar y vivir las diferentes etapas de los diversos procesos de envejecimientos. Debemos estudiar de manera consciente y reflexiva las imágenes a seleccionar para ilustrar y completar los relatos y estrategias discursivas de los contenidos que se difunden en los medios.

Se recomienda, por un lado:



No ocultar rostros, no mostrar solo partes de cuerpos envejecidos.



No abusar de fotografías generalistas, homogéneas y estereotipadas o de bancos de imágenes.



Evitar mostrar imágenes de envejecimientos patológicos que asocien edad a dependencia, fragilidad, soledad, infelicidad o depresión. Esa estrategia discursiva o relato está excesivamente arraigado en nuestra sociedad.

Y por otro, mostrar:



Imágenes diversas y reales.



Adultos mayores en contextos intergeneracionales.



Imágenes que muestren relatos y contextos positivos, asociados a proyectos y situaciones que se deriven de una vida activa tanto física y mental, como social y relacional.



Imágenes positivas y cuidadas de cuerpos reales, con la presencia natural de arrugas, pelo blanco, tallas diversas y que potencien la idea de una diversidad física sana en los procesos habituales del envejecimiento.



Imágenes que desde la interseccionalidad rompan dobles y triples discriminaciones derivadas del género, la orientación sexual y la raza.



Imágenes de adultos mayores diversos explorando, aprendiendo y disfrutando de nuevas situaciones, conocimientos y entornos.

**La voz de
las personas
mayores**

7.



Debido a la discriminación por razón de edad y a las desigualdades sociales, a menudo, no se escucha la voz de las personas mayores y no se tienen en cuenta sus derechos, sus deseos y necesidades.

Tener una voz significa que pueden reclamar sus derechos, tomar decisiones y participar de manera significativa en la toma de decisiones en todos los ámbitos de sus vidas: personal, familiar, social y político.

Detrás de la palabra voz se encuentra un sentido mucho más amplio que abarca la participación, el empoderamiento, la capacidad de acción, la autonomía y la responsabilidad. La voz es una parte esencial de quiénes somos, las opiniones que tenemos, las decisiones que tomamos y las acciones que llevamos a cabo. En relación con esto, tener capacidad de elección y de acción es esencial para nuestra dignidad, bienestar y sentido de valor propio, y para que haya un enfoque de la vejez basado en derechos.

La discriminación por edad y la desigualdad a menudo causan que a las personas mayores se les niegue tener una voz. Apoyar a las personas mayores para que tengan una voz se logra fundamentalmente cambiando las relaciones de poder, es decir, empoderando a las personas mayores en sus hogares, comunidades, trabajos y en el desarrollo de políticas y procesos de toma de decisiones. Por ello, incluir las voces de las personas mayores en los medios de comunicación contando con su testimonio en primera persona y entrevistándoles y obteniendo la información de manera directa hará que trabajemos de una forma más responsable, respetuosa e inclusiva.

HelpAge International España

8.

HelpAge International España ayuda a las personas mayores a reclamar sus derechos, enfrentarse a la discriminación y superar la pobreza para que puedan disfrutar de una vida digna, segura, activa y saludable.

Somos parte de la red global de HelpAge International,

177
organizaciones
de 93
países.

Desde HelpAge International España, llevamos a cabo múltiples iniciativas de incidencia política, formación, cooperación y emergencias humanitarias y sensibilización para construir una sociedad amigable y sensible a todos los niveles con la realidad de las personas mayores y sus derechos. Además, trabajamos en red a nivel nacional e internacional para conseguir la creación de una convención internacional de la ONU sobre los derechos de las personas mayores.



Nuestras líneas de acción se centran en:

Convención internacional de las Naciones Unidas, ODS y Agenda 2030, derechos humanos, igualdad de género, cooperación y emergencias humanitarias, sensibilización e incidencia y cambio climático.

Esta guía es una de las principales líneas de acción del Observatorio sobre el Edadismo, un proyecto desarrollado por la Fundación HelpAge International España que pretende ser una herramienta dirigida a reducir el problema del edadismo,

a través de la
lucha contra los
prejuicios

por medio de la recopilación de datos, la investigación, la evaluación de leyes y políticas públicas y las actividades educativas para mejorar la empatía y combatir ideas erróneas con las personas mayores y sus derechos.

Glosario

9.

CUARTA EDAD:

Persona de 80 años o más.

Fuente: Organización Mundial de la Salud.

DISCRIMINACIÓN:

Consiste en acciones, prácticas o políticas que se aplican a las personas debido a su pertenencia percibida o real a un determinado grupo socialmente destacado y que comportan para ellas alguna forma de desventaja (discriminación negativa) o de ventaja (discriminación positiva).

Fuente: Informe Mundial de Edadismo de la Organización Mundial de la Salud.

EDADISMO:

El edadismo son los estereotipos, los prejuicios y la discriminación contra las personas debido a su edad. En un debate organizado por HelpAge, en el que participaron personas mayores, ellas mismas lo definieron como "acciones directas o indirectas por las cuales alguien es excluido, considerado diferente, ignorado o tratado como si no existiera, por su edad".

Fuente: Organización Mundial de la Salud.

ENVEJECIMIENTO:

Proceso gradual que se desarrolla durante el curso de vida y que conlleva cambios biológicos, fisiológicos, psico-sociales y funcionales de variadas consecuencias, las cuales se asocian con interacciones dinámicas y permanentes entre el sujeto y su medio.

Fuente: Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores.

ENVEJECIMIENTO ACTIVO:

El proceso en que se optimizan las oportunidades de salud, participación y seguridad a fin de mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen.

Fuente: Organización Mundial de la Salud.

ENVEJECIMIENTO SALUDABLE:

El proceso de desarrollar y mantener la capacidad funcional que permite el bienestar en la vejez.

Fuente: Informe Mundial sobre Envejecimiento de la Organización Mundial de la Salud, 2015.

ESTEREOTIPOS:

Son estructuras cognitivas que almacenan nuestras creencias y expectativas acerca de las características de los miembros de los grupos sociales, y la atribución de estereotipos es el proceso de aplicación de la información estereotipada.

Fuente: Informe Mundial de Edadismo de la Organización Mundial de la Salud.

PERSONA MAYOR:

Aquella de 60 años o más, salvo que la ley interna determine una edad base menor o mayor, siempre que esta no sea superior a los 65 años. Este concepto incluye, entre otros, el de persona adulta mayor.

Fuente: Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores.

PREJUICIOS:

Son una reacción emocional o un sentimiento, de carácter positivo o negativo, hacia una persona en función de la percepción de su pertenencia a un grupo.

Fuente: Informe Mundial de Edadismo de la Organización Mundial de la Salud.

SUPERCENTENARIOS:

Una persona que tiene al menos 110 años de edad.

Fuente: Real Academia Española.

TERCERA EDAD:

Debemos evitar usar este concepto cuando se quiere referir a la totalidad de personas mayores. Cuando se usa, se debe verificar que se está informando acerca de una persona que tiene entre 60 y 79 años. Lo mismo sucede con el término cuarta edad, se ha de confirmar que la persona tiene 80 años o más.

Fuente: Organización Mundial de la Salud.

VEJEZ:

Último período de la vida de una persona, que sigue a la madurez, y en el cual se tiene edad avanzada.

Fuente: Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores.

Entidades especializadas

10.

Fundación HelpAge International España: incidencia política, formación, cooperación y emergencias y sensibilización.

Contacto: Viridiana Chacón, responsable de Comunicación y Prensa.

Correo electrónico: viridiana.chacon@helpage-espana.org

Dirección: edificio Impact Hub Prosperidad, calle de Javier Ferrero, 10. 28002, Madrid.

Teléfono: 915 766 366 / 654 617 334

Web: www.helpage.es

Fundación Grandes Amigos: soledad, envejecimiento, voluntariado, redes vecinales.

Contacto: José Ángel Palacios, coordinador de Comunicación.

Correo electrónico: comunicacion@grandesamigos.org

Dirección: calle Embajadores, 206 duplicado, 1ºC. 28045, Madrid.

Teléfono: 913 599 305 / 689 632 982

Web: www.grandesamigos.org

Fundación Matia: personas mayores.

Contacto: Gorka Alias, responsable de Comunicación y Marketing.

Correo electrónico: gorka.alias@matia.eus

Dirección: sede central, calle Pinu Bidea, 35. 20018, Donostia, San Sebastián.

Teléfono: 943 317 102 / 636 019 170

Web: www.matiafundazioa.eus

emancipaTIC: personas mayores y acceso a la tecnología.

Contacto: José Manuel Azorín, presidente de emancipaTIC.

Correo electrónico: presidente@emancipatic.org

Dirección: calle General Díaz Porlier, 103, 1ª planta. 28006, Madrid.

Teléfono: 610 514 543

Web: www.emancipatic.org



Sociedad Española de Geriátría y Gerontología:
psicología y gerontología.

Contacto: Andrés Losada, vicepresidente de la SEGG.

Correo electrónico: andres.losada@segg.es

Dirección: calle del Príncipe de Vergara, 57-59. 28006, Madrid.

Teléfono: 620 186 005

Web: www.segg.es

Lares: personas mayores, dependientes, con discapacidad y en riesgo de exclusión social.

Contacto: Raquel Andreu, responsable de Comunicación.

Correo electrónico: comunicacion@lares.org.es

Dirección: calle Ríos Rosas, 11 4ª planta of. 28003, Madrid.

Teléfono: 646 748 966

Web: www.lares.org.es

Fundación 26 de Diciembre: personas mayores LGTBI.

Contacto: Víctor Ramos, responsable de Comunicación.

Correo electrónico: comunicacion@fundacion26d.org

Dirección: calle de Fray Ceferino González, 4. 28005, Madrid.

Teléfono: 910 028 417

Web: www.fundacion26d.org

Un producto de



Subvencionado por:

