

LAS PERSONAS MAYORES ALZAN LA VOZ PARA COMBATIR EL EDADISMO

En la ciudad de Madrid, el número de personas de más de 65 años es creciente y representa en torno al 20% de la población del municipio.

El aumento de esta población dentro de la ciudad va de la mano del aumento de la esperanza de vida y una mejora significativa de la salud y la calidad de vida.

Tenemos que reconocer que el sumatorio de las personas mayores está formado por una diversidad de individuos, mucho de ellos y cada vez más, físicamente bien, autónomos y activos.

Sin embargo, en la sociedad se han ido generando históricamente una serie de estereotipos y prejuicios referidos a las personas mayores que presentan en algunos casos una discriminación, un trato inadecuado o una marginación de la ciudadanía a este “grupo de edad”.

El Ayuntamiento de Madrid ha desarrollado diversos trabajos para enfrentar los cambios que están experimentando las personas mayores en su ciudad y para recoger sus necesidades, integrándolos plenamente en su condición ciudadana.

Desde el año 2014, Madrid es miembro de la *Red Mundial de Ciudades Amigables con las Personas Mayores*, iniciativa con multitud de implicaciones en diversos ámbitos de acción y que comporta, entre otras cuestiones, la conciliación progresiva de la ciudad a las necesidades de las personas mayores.

En el marco de las citadas iniciativas se han realizado dos grupos de discusión, con miembros de asociaciones y organizaciones de mayores, sobre edadismo y establecimientos amigables y la lucha contra la discriminación por edad desde el punto de vista de las personas mayores de la ciudad de Madrid.

Colectivo o individuo: dos definiciones del edadismo

Las personas participantes en los grupos hablan de las personas mayores desde una clara dicotomía: el mayor más joven y culto y el mayor antiguo y de más edad.

Denuncian como edadismo las actitudes cuidadoras, de protección y asistenciales hacia las personas mayores. Por el contrario, otras lecturas del edadismo definen el concepto como la exclusión de las personas mayores a través de la desatención a las necesidades ligadas a la dependencia y las dificultades motoras, cognitivas, etc., que pueden padecer las personas mayores.

Así, las dos lecturas contrapuestas del edadismo son:

El edadismo es la discriminación que proviene de una imagen de la persona mayor como la vejez extrema, la decrepitud y la dependencia. Su materialización es la asignación de esta condición al conjunto del colectivo y supone una actitud de cuidados, paternalista en términos de protección.

El edadismo es la minusvaloración del colectivo por ser poco productivo. Esto le relega a una posición social de menor relevancia y se materializa en la falta de atención, de cuidados y de cobertura de las necesidades que pueden implicar la edad en términos de capacidades motoras, cultura del mayor, etc.

Las personas participantes señalan el edadismo como una discriminación por edad que supone la desindividualización de las personas por considerarlas deficitarias. El problema reside para ellas en la separación de la condición de ciudadanos. Esto proviene de dos cuestiones:

La cultura del mayor: entender a “las personas mayores como los mayores del pasado”, con costumbres y valores anticuados. Resaltan la idea de que las personas mayores ya no son como eran en el siglo XX, no son las que no saben ni leer ni escribir, sino que tienen un mayor nivel cultural y unas aspiraciones distintas.

La dependencia y las dificultades propias de la edad: la identificación de las personas mayores como personas que tienen dificultades motoras o cognitivas. Las participantes no consideran que el punto de partida para tratar a las personas mayores tenga que partir de esta acepción que implica vulnerabilidad.

En este sentido, cabe señalar la preocupación de las personas participantes respecto a los miembros más jóvenes del colectivo de mayores. Ellas se ven, y por ende a los individuos de su edad, potenciales víctimas de un edadismo que hunde sus raíces en la identificación con la dependencia física.

También hablan del paternalismo institucional que se aprecia en la historia del colectivo. Un colectivo marcado por la cultura del mayor y la vulnerabilidad.

Estereotipos más frecuentes hacia las personas mayores

Dentro de la dinámica del grupo se realizó una actividad para recopilar algunas de las características que conforman, a juicio de las participantes, la imagen social del mayor. Así, se señalaron cuestiones como las capacidades cognitivas, la cultura y el menosprecio global a las personas mayores.

- **La imagen social de la persona mayor**

- Pérdida de juicio

- Poco criterio

- Anticuado

- Incontinencia

- Dependencia

- Anhelos de juventud

- Opuesto a joven

- Impacientes

- Buenos consumidores, compradores

Estas atribuciones, estos adjetivos asignados al colectivo suponen un impacto negativo y perjudicial, expresado, por ejemplo, en las siguientes consecuencias en la construcción social de las personas mayores.

- **El impacto de la imagen de las personas mayores**
 - Caricatura de la vejez como la extrema vejez, decrepitud
 - Menosprecio a la salud de la persona mayor
 - Menosprecio a la feminidad de las mujeres mayores
 - Menosprecio a la sexualidad de las personas mayores
 - Arrinconamiento, aislamiento, marginación potencial
 - Desprecio al tiempo de los mayores y apropiación del mismo por parte de otros agentes

Los cambios percibidos por las personas mayores respecto al trato recibido por la Ciudad de Madrid

A pesar de los estereotipos y las barreras señaladas, puede apreciarse una impresión general de mejora, una evolución social e institucional favorable respecto a los mayores.

A la hora de hablar de esta dimensión de cambio, evolución institucional, los participantes hacen especial referencia al proyecto de *“Madrid, Ciudad Amigable con las Personas Mayores”* y su implementación en el seno del Ayuntamiento de Madrid.

En general, los participantes consideran una evolución positiva en la forma en la que las administraciones involucran a la ciudadanía y a las personas mayores dentro de las políticas del ámbito de toma de decisiones. Esto representa una puesta en valor de la opinión de la ciudadanía y repercute positivamente en sus vidas. En el caso de Madrid, se aprecia un cambio de enfoque y, en concreto, una actitud por parte de la nueva política.

Además del cambio infraestructural llevado a cabo por el Ayuntamiento o, al menos, planificado para su implementación, los participantes en los grupos identifican un cambio cultural tanto dentro del propio colectivo como en la sociedad en general.

Las personas mayores vistas como consumidores y usuarios

En otro ámbito, los participantes señalan diversas situaciones en que se sienten poco valorados, ninguneados o tratados con cierto desprecio. En estos casos se pone de relevancia la falta de consideración hacia las personas mayores, ya que los profesionales se dirigen en ocasiones al acompañante y no se preocupan de informarle directamente. Los participantes señalan también situaciones donde esta falta de valoración de las capacidades de las personas mayores se convierte en actitudes de abuso hacia ellos.

El ámbito comercial destaca porque las personas mayores son considerados buenas consumidoras, buenos compradores. El carácter de buen comprador parece ser conocido y reconocido por los comerciantes, lo que da lugar a situaciones de abuso hacia los colectivos de mayores más vulnerables. Esto se evidencia en los timos, las estafas tan conocidas hacia las personas mayores.

Otro ámbito relacionado es la discriminación que padecen desde el sector de la moda. Se señala que la ropa está diseñada para jóvenes, y es muy difícil ver atendidos sus gustos o necesidades en el comercio habitual de precio medio.

Además, se habla de cambios negativos que repercuten particularmente sobre las personas mayores, relacionados con el trato y la atención en los comercios. Se señala un cambio negativo en relación a la actitud de los vendedores. En este sentido, parece de importancia la cuestión de la atención personalizada en las tiendas, actitud infrecuente y más propia de tiempos pasados que, sin embargo, es interesante y apreciada por las personas mayores. La gran diferencia a la hora de consumir se refiere al acceso a la información y a las ventajas que tiene el mundo digital. La brecha digital tiene mucha incidencia en el consumo y esto se entiende como una desventaja como consumidores. La falta de familiaridad con las nuevas tecnologías les sitúa en peores condiciones como consumidores, dado que no participan en igualdad en el comercio electrónico.

La banca es el sector empresarial más señalado por los participantes. Los bancos y su trato se consideran perversos, engañosos e injustos. Por una parte presentan la falta de atención y la actitud descortés hacia los clientes. A esto se suma el proceso de digitalización que ha llevado la banca en los últimos años y que excluye de facto a las personas mayores, ya que son los clientes menos familiarizados con las tecnologías y que más reclaman el trato personal.

Este trato desde la banca no se achaca al edadismo, sino al funcionamiento dentro del sector y al modelo de negocio. Sin embargo, sí se señalan actitudes negativas hacia las personas mayores: se hacen algunas acusaciones de fraude o estafa y del aprovechamiento de las dificultades de comunicación.

En otro ámbito, como son los medios de comunicación, se señala una caricaturización de las personas mayores que delata el edadismo manifestado, eminentemente en la asignación de decrepitud, dificultades cognitivas, vulnerabilidad emocional y lazos familiares.

Además, respecto a su imagen como televidente, advierten también una caricatura de la persona mayor como pasiva, que redundaría en la idea de inutilidad y desvalorización de las personas mayores, que dado que no trabajan y si no cuidan, no hacen nada. La vida cotidiana fuera de los ámbitos de reconocimiento, trabajo y familia, tiene, así pues, poco valor.