

FOMENTO DE LA IMAGEN ADECUADA DEL ENVEJECIMIENTO

*“Difundir entre todas las
generaciones una imagen de las
personas que envejecen ajustada a
la realidad”*

**Con los años,
sigo decidiendo por mí**

**Madrid, con
los años**



madrid.es/mayores



MADRID

Enero 2019

ÍNDICE:

| | |
|--|----|
| 1. Presentación | 3 |
| 2. Introducción | 5 |
| 3. Principios rectores | 9 |
| 4. Guía de estilo para erradicar el edadismo | 14 |
| 5. Atención a la ciudadanía | 26 |
| 6. Amigabilidad en comercio de proximidad | 34 |
| 7. Amigabilidad en comercio de gran superficie | 52 |
| 8. Mensajes divulgativos | 72 |

1. Presentación

Con fecha 4 de mayo de 2017 fue aprobado, en la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid, el **Plan de Acción “Madrid Ciudad Amigable con las Personas Mayores 2017-2019”**, siguiendo el compromiso adquirido con la Red Mundial liderada por la Organización Mundial de la Salud.

Se basa en la premisa de que una ciudad amigable es aquella que facilita que sus ciudadanos envejecan de forma activa, es amigable con las personas mayores cuando: reconoce su diversidad, protege a los más vulnerables, promueve su inclusión y contribución en todos los ámbitos de la vida comunitaria, respeta sus decisiones y elecciones de estilo de vida, anticipa y responde con flexibilidad a las necesidades y preferencias relacionadas con el envejecimiento.

Es por ello que el Plan en todas sus dimensiones, establece una clara apuesta por el trato adecuado y la lucha contra el edadismo, pero es en su eje uno **“Reformular el modelo de gobernanza en una ciudad que envejece”** en el que se incluye con claridad la necesidad de **“Difundir entre todas las generaciones una imagen de las personas que envejecen ajustada a la realidad”**.

Cambiar la forma de mirar la vejez conlleva un cambio en su consideración y trato, con el fin de deshacerse de los estigmas que afectan al imaginario social que se concretan en prejuicios, discriminación, infantilización y trato inadecuado. En última instancia este cambio de mirada supondrá fomentar la autoestima, el empoderamiento, la autonomía, el bienestar y la calidad de vida de las personas mayores.

En el documento que presentamos, se recogen **principios rectores** que posibilitaran esa sensibilización social necesaria, principios que contemplan: derechos, individualidad, diversidad y reconocimiento, sabiduría, cooperación o participación, rol productivo, autonomía, confidencialidad, imagen, comunicación, dignidad, intimidad, seguridad y también equidad.

Todos estos principios rectores se ven reflejados en los distintos apartados del documento, que pueden ser usados en su conjunto o por separado, y son el cuerpo del que podemos considerar el **decálogo municipal para el trato adecuado**, encabezado por los derechos.

*Si me tratas con condescendencia o con autoridad, si no facilitas mi implicación en mi propia vida reduces mis derechos legítimos.
Es bueno que sepas que cuando ejerzo mis derechos, defiendo los tuyos.*

Le sigue una **guía de estilo** para erradicar el edadismo, de utilidad en cualquier ámbito, que pretenden mostrar los errores más comunes que debemos evitar si no queremos perpetuar la discriminación por edad en la comunicación.

El uso de estereotipos es una forma evidente de edadismo, que es lo mismo que decir, de la discriminación hacia las personas por el simple hecho de cumplir años.

Cuando somos edadistas no reparamos en que pronto seremos sus víctimas.

El apartado de **atención a la ciudadanía**, está dirigido especialmente a la atención a las personas mayores en organismos públicos pero su valor no decrece si se aplica a la atención “formal” en cualquier organismo privado.

Se han dedicado dos apartados muy similares, pero con ciertas especificidades que nos han aconsejado su separación, a la **amigabilidad de los comercios**, tanto en los de **proximidad** como en las **grandes superficies**.

Por último se incluyen **mensajes divulgativos** que consideramos pueden resultar de interés para quienes quieran sumarse a este proyecto, luchando contra la discriminación por edad y promoviendo el trato adecuado.

Continúo haciendo cosas importantes para mí y para los demás.

A veces no tienen precio..., pero siempre tienen valor.

Esperamos que este documento, elaborado por **Lourdes Bermejo Garcia** y Coordinado por la **Dirección General de Personal Mayores y Servicios Sociales**, sea de utilidad a todas las ciudades que deseen incrementar su “amigabilidad” con sus ciudadanos, sea cual sea su edad.

M^a Soledad Frías Martín

Directora General de Personas Mayores y Servicios Sociales

2. Introducción

El edadismo se manifiesta en todas las relaciones en el ámbito social. Tanto en la esfera de lo privado como de lo público. En relación a las esferas públicas o de ciudadanía, las personas mayores participan en numerosas interacciones cotidianamente en las que este edadismo está presente con muchísima frecuencia.

El término edadismo (ageism) fue acuñado en 1969 por el médico y gerontólogo Robert N. Butler, primer presidente del “National Institute on Aging” de USA y fundador del International Longevity Center at Columbia University. Butler se refiere al edadismo (la siguiente forma más importante de discriminación después del racismo y el sexismo) para evidenciar el conjunto de actitudes, creencias, estereotipos, prácticas individuales e institucionales discriminatorias y negativas hacia las personas de más edad. Tanto en sus orígenes como posteriormente en el entorno anglosajón ha sido pionero en este tema y ha aportado relevantes reflexiones. Es por ello que las búsquedas realizadas en este trabajo han abordado también los términos Age discrimination y Ageism.

Sin embargo, este concepto no comienza verdaderamente a expandirse hasta el Plan Internacional de Acción de las Naciones Unidas (en abril de 2002) en el cual se sitúa el maltrato hacia las personas mayores como una violación de los Derechos Humanos Universales. En el contexto del maltrato, el edadismo cobra fuerza pasando muy poco a poco de ser una realidad invisibilizada a irse poniendo en los foros científico/profesionales y más tarde, en las agendas políticas (destacar, por ejemplo, la campaña australiana <https://www.everyagecounts.org.au>).

Con posterioridad, organizaciones como la OMS, HelpAge y, en un ámbito más latinoamericano, la CEPAL desarrolla una gran tarea en la difusión y sensibilización de esta forma de discriminación.

En España ha ido abordándose poco a poco; es necesario recordar el impulso que dio la periodista Loles Díaz Aledo, pionera preocupada por la visión de la sociedad hacia las personas mayores en los medios de comunicación.

El IMSERSO, la Sociedad Española de Geriatria y Gerontología (SEGG) así como el Ayuntamiento de Madrid son instituciones clave en la evolución de esta mirada sobre el edadismo en relación a los malos tratos a las personas mayores en España.

Para conocer la permeabilidad de este concepto tanto en diversas sociedades como en la nuestra, para realizar este trabajo se han consultado páginas web, blogs, artículos de

prensa... para detectar qué documentación y campañas de información se ha ido generando en relación a este tema. Con todo ello, se puede hacer una aproximación a cómo la opinión pública ha ido haciéndose eco de esta forma de discriminación.

Las personas mayores de Madrid utilizan muy frecuentemente servicios públicos de diverso tipo: sociales, culturales, sanitarios, de transporte... cómo son percibidos los vecinos de más edad por parte de las personas con las que tienen trato o relación de cualquier tipo (comercial, asistencial, etc.) influye de forma importante en el trato que se les dispensa.

Pero, además, el edadismo se construye también y reproduce por medio del lenguaje que se utiliza en esta comunicación, así como también, en la calidad y la cantidad de información que se ofrece. Esta forma de relación y comunicación establece un rol en el que al ciudadano de mayor edad se le permite o no tener un papel activo, seguir controlando y decidiendo sobre su propia vida, continuar ejerciendo sus derechos como cualquier otro vecino de Madrid.

Es por ello que resulta tan importante influir y mejorar en este ámbito, en los servicios de atención a la ciudadanía mayor del Ayuntamiento de Madrid, sean éstos prestados por funcionarios o por otros profesionales de entidades concertadas. Favorecer que en los establecimientos donde las personas mayores compran, sean más de barrio y cercanos o en aquellos otros espacios comerciales o culturales de nuestra ciudad se desarrolle esta cultura del respeto y del “buen trato”, contrarrestaría al edadismo.

El edadismo se encuentra en todos los servicios o establecimientos. Está como pegado a la piel de las relaciones y, por supuesto, en la mayoría de los casos quienes lo propician ni siquiera lo hacen con intención. Simplemente por inercia, desconocimiento o falta de la conciencia en relación a la discriminación por causa de la edad. La mayoría de personas de más edad son solo eso, personas adultas con unos cuantos años más y no precisan un trato diferente o especial al de un adulto, si bien es cierto que también hay un grupo de personas mayores que presentan algún tipo de diversidad funcional y que todavía encuentran más dificultades para relacionarse en su entorno habitual.

Ser amigable con las personas de más edad, sean cuales sean sus circunstancias, es una forma de erradicar el edadismo.

El edadismo ha de ser combatido también por medio del uso adecuado, correcto y no discriminatorio del lenguaje. El lenguaje construye la realidad y sin duda también hay que sensibilizar y motivar al uso de un lenguaje que no tenga connotaciones negativas y minusvaloradoras. Un lenguaje que no se base en los estereotipos sociales de un

concepto de vejez ya trasnochado. Las sociedades actuales plurales, diversas y modernas han de permitir que cada persona envejezca de una forma, como pueda y como quiera cada sujeto, pero siempre contando con el respeto del resto de los ciudadanos. Para lograrlo necesitamos erradicar el edadismo.

De la revisión documental realizada se extrajeron los principales temas relacionados con esta forma de discriminación por edad. Estos han sido el eje del DECÁLOGO realizado:

- Cómo se conciben los DERECHOS de las personas más mayores y qué modo de actuar tenemos los profesionales para facilitar que puedan ejercerlos.
- El edadismo parte de una visión que minusvalora a los sujetos por el hecho de envejecer, y se aplica una idea única a todos. Es decir, se olvida la idea de INDIVIDUALIDAD, el reconocimiento a la DIVERSIDAD y el RECONOCIMIENTO de cada sujeto.
- Otra percepción errónea e injusta se refiere a la falta de reconocimiento al conocimiento y a los saberes de las personas de más edad. Es necesario, por tanto, revalorizar la SABIDURÍA de los ciudadanos más mayores.
- La idea de que las personas cuando tienen mucha edad no están interesadas en COOPERAR o en PARTICIPAR en los asuntos de su vida, de su barrio, de su ciudad es otro prejuicio a desterrar.
- Cualquier persona, de cualquier edad o situación de diversidad, necesita poder desarrollar un ROL PRODUCTIVO pudiendo hacer cosas que le sean valiosas para sí mismo y para el resto de la sociedad. El edadismo presupone que los más mayores ya no pueden hacer tareas o roles de valor.
- La INFORMACIÓN es un elemento imprescindible para desempeñar un rol adulto y la AUTONOMÍA DECISORIA es un rasgo y derecho que hay que proteger. El edadismo minimiza la necesidad que tienen los adultos mayores de ambos derechos y ello no es admisible.
- Pensar que no es necesario guardar la CONFIDENCIALIDAD es otra idea errónea de quienes piensan que los ciudadanos de más edad no tienen nada que puedan reservarse para ellos mismos, o consideran que al tratarse de profesionales pueden gestionar la información referida a ellos sin mayor cuidado. Esto es otra evidencia de discriminación.

- La IMAGEN social de la vejez y de las personas que llegan a ella puede favorecer el respeto a la diversidad o, por el contrario, el estereotipo y el estigma. Es necesario repensar la imagen que se transmite para ver qué valores reproduce.
- Un trato EXCESIVAMENTE FAMILIAR, una COMUNICACIÓN inadecuada expresa la falta de respeto y consideración hacia el sujeto. La edad no ha de interferir en el estilo de trato y comunicación.
- A medida que se envejece, y sobre todo en edades muy avanzadas, es frecuente encontrar personas en situación de gran VULNERABILIDAD, sea ésta física, cognitiva, social, afectiva u de otro tipo. Tener NECESIDAD DE APOYOS-AYUDA no es condición que justifique la discriminación. La DIGNIDAD de la persona ha de demostrarse expresamente en estas fases de la vida.
- Considerar la INTIMIDAD como algo importante para la persona es un eje transversal de nuestra cultura, que no debe verse interrumpido con el pasar del tiempo. El edadismo tiende a considerar que no hay que cuidar el derecho a la intimidad de las personas mayores, lo que evidencia otro rasgo de desprecio hacia la persona.
- Todos necesitamos SEGURIDAD. Es necesario construir lazos de corresponsabilidad y solidaridad que generen una sociedad que la proporcione a los ciudadanos que en cada momento la necesiten, pero eso sí, siempre desde el máximo respeto.
- Dar a cada uno lo que precisa, personalizar en las respuestas a cada persona es la base de una sociedad justa. Hablar de EQUIDAD es también poner límites al edadismo. Es más, la discriminación por edad justifica la inequidad.

3. Principios rectores

1. **DERECHOS.** No pido nada que no merezca, incluso nada de especial. Como personas en evolución, soy distinto al de ayer y puede que no necesite lo mismo de ayer. Tal vez, eso sí, de un poco de mayor comprensión y dedicación por tu parte. Más allá de esto, cada uno de nosotros es importante y valioso y además, es legítimo recordarlo y reivindicarlo en cada momento.

Si me tratas con condescendencia o con autoridad, si no facilitas mi implicación en mi propia vida reduces mis derechos legítimos. Es bueno que sepas que cuando ejerzo mis derechos, defiendo los tuyos.

2. **INFORMACIÓN Y AUTONOMÍA DECISORIA.** Cuando necesite ayuda para ejercer algunos de mis derechos u obligaciones ¿puedo contar contigo? Facílítame toda la información que necesite para poder tener una opinión formada y tomar las decisiones que me convienen. Una vez tomadas, escúchalas, acéptalas, respétalas y ayúdame a hacerlas efectivas. Infórmame, si no lo supiera, acerca de mi derecho a anticipar mis decisiones por si en algún momento no puedo decidir por mí mismo/a. Y respeta también mi derecho a no decidir, si prefiero delegarlo y que personas en quien confío, decidan por mí.

Si me ocultas información para satisfacer tu propio interés o para evitar que pueda decidir, me quieres mal. En cambio, bien me tratas cuando respetas mis voluntades.

3. **CONFIDENCIALIDAD.** Sé prudente con toda la información que dispones de mí. Tanto si te la he confiado yo, como si no, piensa que se trata de mi bien máspreciado, mi honor.

Si eres indiscreto, incluso con mis allegados o haces de ese conocimiento un motivo de burla, tu comportamiento merece mi más absoluto desprecio. Piensa en cómo te sentirías si te sucediera a ti, y ello no pasará y serás una persona cuidadosa con todo lo referente a mí.

4. **INTIMIDAD E IMAGEN.** Cuando necesite apoyos o cuidados y vayas a contactar con mi cuerpo, me gustaría que lo hicieras con consideración y delicadeza. Vela en todo momento por mi integridad y mi imagen. Seguro que a ti también te gustaría que lo hicieran.

Si me expones a situaciones incómodas no puedo ofrecerte mi confianza ni tampoco si me impones un modelo estético con el cual no me siento identificado y cómodo. La vida nos pone ante un espejo, actúa bien para reconocer tu mejor versión y para que yo pueda estar a gusto con la mía.

5. INDIVIDUALIDAD / DIVERSIDAD / RECONOCIMIENTO. A medida que envejecemos me he dado cuenta que cada vez somos más diferentes y, esa singularidad, contribuye a hacer más rica la sociedad en la que vivimos y las relaciones que de ahí surgen. No me englobes en un colectivo o grupo homogéneo pues pierdo mi identidad. Recuerda que todos aportamos, somos únicos y complementarios, útiles y productivos. Y, por el hecho de ser, todos tenemos y aportamos valor.

Si me menosprecias demuestras no comprender el verdadero sentido del ser humano y la riqueza de su pluralidad. Así mismo, no contribuyas a ofrecer una imagen discriminatoria ni negativa de las personas con mayor edad. Conociéndome (mi historia, mi presente y también mis ilusiones futuras), comprenderás eso que nos hace únicos y a todos nos conviene cuidar. Juntos caminamos por el mismo proceso de envejecer..., lo que tú hagas ahora será el modelo que aprenderán los que te rodean y quienes vendrán después cuando seas tú más mayor.

6. COMUNICACIÓN / FAMILIARIDAD. Al igual que tú, me gusta y necesito comunicarme con otras personas. Cuando tengamos cierta confianza y complicidad, nos permitiremos el trato más afectivo e íntimo, mientras tanto preferiré una comunicación correcta y respetuosa.

Si invades mi espacio sin haberte abierto mi corazón, te estarás extralimitando y puede que logres justo lo contrario, que lo cierre con llave. Cada uno elegimos a quien queremos abrirnos y en esto también, seguro que coincidimos.

7. SABIDURÍA. Valora mi conocimiento, reconoce mi visión del mundo. Tengo muchos años y con ellos he sumado experiencias de todo tipo que han construido mi cultura y mi identidad que son gran parte de mi *equipaje* y de mis recursos para envejecer con plenitud.

Si crees que no puedo seguir participando o aprendiendo, solo necesito que me interese y quiera, tiempo y herramientas. ¡Puedo hasta sorprenderte! Tú también sentirás que puedes hacer frente a cualquier reto que te propongas o la vida te ponga delante.

8. VULNERABILIDAD / NECESIDAD DE APOYOS-AYUDA. Si me encuentro en una situación de especial vulnerabilidad (por mi salud física, por problemas cognitivos o emocionales, por una situación de soledad o de exclusión social) préstame una "atención especial". De tu empatía espero que me acompañes con respeto, que me ayudes a usar mis habilidades y capacidades, y que completes mis carencias para que pueda disfrutar también en esta etapa vital.

Si me tratas como a un ser inferior e incompleto, conseguirás que esto afecte a mi autoestima. En cualquier momento puede darse la vuelta a la situación y ser tú quien necesite contar con una persona dispuesta a ayudarte.

9. COOPERACIÓN / PARTICIPACIÓN. Al igual que tú, necesito expresarme e involucrarme en proyectos que mejoren el presente e ilusionen nuestro futuro. A mí también me gusta participar, promover e influir en lo que sucede a mí alrededor. Con los años he aprendido que convivir no es competir y reivindicar no es confrontar.

Si me hablas solo en pasado no me ayudas a seguir adelante. Sin presente o futuro, me desvinculo. Sé de lo que hablo, trata de escuchar con menos prejuicios que seguro tú también aprenderás y juntos sé que podremos llegar más lejos.

10. ROL SOCIAL. Yo, como tú, también adquiero productos y soy consumidor de muchos servicios, así que, ofrézcame profesionalidad. Infórmame, asesórame, entiende mis necesidades y trata de que encuentre lo que busco y/o necesito.

Si no me sirves como merezco, serás el responsable de que me sienta un cliente insatisfecho, incluso con capacidad de reclamar. Pero has de saber que con mis opiniones te puedo ayudar a ser un mejor profesional y así, a dar un mejor servicio.

11. SEGURIDAD. Cuando me veas en una posible situación de peligro o de riesgo, avísame con sosiego para que pueda tener cuidado o encuentre la mejor forma de protegerme. Ayúdame a estar bien, pero hazlo respetuosamente.

Si agachas la mirada y no te implicas en mi bienestar puede que algún día, esa indiferencia la vivas también tú con arrepentimiento. ¿A que tu abuelo o tu abuela no se lo merecerían?

12. EQUIDAD. Proporcióname lo que necesito, sin que por ello, otras personas no se beneficien de lo que les corresponde. Sé justo sabiendo que mis necesidades y las de los demás han de ser contempladas.

Si cuando compartes o repartes no piensas, de alguna manera, en el bien de todos, serás una persona que actúa de manera injusta. Así mismo, no confrontes intereses entre generaciones, ni segregues por razón de edad. Aunque seamos todos muy diferentes, todas las personas necesitamos esencialmente lo mismo, respeta esas diferencias y e intenta complacernos.

No es que a nuestra edad nos hayamos hecho dependientes, sino que, en cualquier momento, podemos necesitarnos mutuamente. Reconocerse frágil es de valientes, y ayudar a quien lo necesita, nos hace grandes. Tanto como nosotros somos ahora.

En sociedad evolucionamos con buenos modelos que generan una cultura del respeto basada en los buenos tratos. Juntos e interdependientes por el buen trato hacia todas las personas.

Y por último, si todo esto no te lo digo yo, ¿quién te lo iba a decir? Y lo que es más importante, si no lo haces tú por mí, ¿crees que alguien mañana lo hará por ti? ¿O piensas que esto de la vejez no va contigo?

FUENTES CONSULTADAS

Documentos del Ayuntamiento de Madrid:

- Ayuntamiento de Madrid (2015). Madrid, ciudad amigable con las personas mayores. Informe Diagnóstico y Plan de Acción. Área de Gobierno de Equidad, Derechos Sociales y Empleo.
- Ayuntamiento de Madrid (2016). Plan de Acción 2017-2019 Madrid, Ciudad Amigable con las Personas Mayores.
- Ayuntamiento de Madrid (2017). Grupo de discusión edadismo y discriminación por edad. Diseño metodológico. Documento de trabajo (2017).

Documentos relativos al edadismo y buen trato:

- Decálogos para vivir más de cien años y otras menudencias. Loles Díaz Aledo. Instituto Nacional de Servicios Sociales. Madrid. 1994.
- Declaración de Toronto para la prevención global del maltrato de las personas mayores. Organización Mundial de la Salud (OMS). 2002.
- A Ageism. International Longevity Center USA. (A AGEISM - FRONT MATTER.p65 - Columbia Aging. 2005. Centeraging.columbia.edu/sites/default/files/Ageism_in_America.pdf
- Ageism: A Threat to "Aging Well" in the 21st Century. J., Angus, P. Reeve. Journal of Applied Gerontology April 1, 2006.
- Guía Buen Trato a las Personas Mayores. Dirección General de Mayores. Área de Gobierno de Familia y Servicios Sociales. Ayuntamiento de Madrid. 2009
- Guía Práctica para favorecer el Buen Trato a las Personas Mayores. Coordinadoras: M^a del Puerto Gómez Martín y Pura Díaz Vega. Editorial: SEGG. Madrid. 2011
- Decálogo para el buen trato a las Personas Mayores. Coordinación: M^a Puerto Gómez Martín y Pura Díaz Vega. Editorial: SEGG. Madrid. 2011
- Decálogo para un uso apropiado de la imagen social de las Personas con Discapacidad. *Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI)*. Madrid. 2011.
- Perspectivas globales sobre la protección de los derechos humanos de las personas mayores, 2007-2013. Sandra Huenchuan. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 2013
- La sensibilización y la prevención de los malos tratos a las personas mayores. Una mirada sobre los abusos y los malos tratos que afectan a las personas mayores. Josep Fabà Ribera, Josep, Mercè Tabueña Lafarge y Jordi Muñoz Iranzo. Editorial: Obra Social "la Caixa". Cataluña. 2016.

- Cultura del Buen Trato hacia Personas Adultas Mayores. Una Guía. *Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM)*. México. 2017
- La libertad de decidir por nosotros mismos. ¿Qué dicen las personas mayores sobre sus derechos a la autonomía, independencia, cuidados a largo plazo y cuidados paliativos? HelpAge Internacional. 2018.

Otros documentos (artículos de prensa, blogs, web):

- 12 Ageist Comments You Never Know are Hurtful and ... - Senior Living <https://www.seniorliving.org/guides>.
- Addressing Ageism by Susan V. Bosak. Legacy Project. <http://www.legacyproject.org/guides/ageism.html>.
- Age and Discrimination. Tea & Talk Workshop Guide. Canada Age and Discrimination - Elder Abuse Ontario www.elderabuseontario.com/.../EAO_TeaTalk_5-Age_and_Discrimi...
- Worth a read: a guide to ageism for media peeps (and everyone else)
- <https://seniorplanet.org/worth-a-read-a-guide-to-ageism-for-media-types-and-everyone-else/>
- Why is ageism acceptable? A brief look at ageism and its effects <http://www.comfortlife.ca/retirement-communities/why-is-ageism-acceptable>
- Ageism: The Last Acceptable Form of Discrimination https://www.huffingtonpost.com/amancay-tapia/ageism-or-the-last-accept_b_8186304.html?guccounter=1
- Growing Older Isn't The Problem, Ageism Is. FEBRUARY 24, 2016. <http://sociologyinfocus.com/2016/02/growing-older-isnt-the-problem-ageism-is/>
- Ageism in Our Society. New York Times: Feb. 7, 2015. SUNDAY DIALOGUE <https://www.nytimes.com/2015/02/08/opinion/ageism-in-our-society.html>
- Why ageism is the most 'acceptable' form of workplace discrimination. By Valerie Bolden-Barrett Published Dec. 15, 2016 <https://www.hrdiver.com/news/why-ageism-is-the-most-acceptable-form-of-workplace-discrimination/432422/>
- Young People and Ageist Language. Changing our attitudes toward children. <https://consciousstyleguide.com/young-people-ageist-language/>.

4. Guía de estilo para erradicar el edadismo

La mayoría de las personas a la hora de comunicarnos y de hablar con los demás tendemos a hacer generalizaciones, a utilizar una serie de suposiciones, y esto es lo que solemos entender como estereotipos. Éstas son una serie de creencias de carácter general que actúan como guías en nuestras relaciones. Nos ayudan a hacer predicciones sobre el otro, y al otro sobre nosotros mismos. Veamos lo tramposo de este intento.

Junto con la raza y el género, las personas comúnmente usamos la edad para categorizar y repetir clichés, casi siempre negativos y humillantes, sobre todo de la población de más años. El edadismo es así, estructural, internacional y acaparador.

El uso de estereotipos es una forma evidente de edadismo, que es lo mismo que decir, de la discriminación hacia las personas por el simple hecho de cumplir años. Cuando somos edadistas no reparamos en que pronto seremos sus víctimas.

El problema de los estereotipos es que simplifican la profunda y plural realidad de las personas, y en el caso de las más mayores tienden a meterlas a todas en un mismo saco. Y además, lo hacemos -sin darnos cuenta muchas veces- con insistencia, que es así como funciona cualquier proceso de exclusión y condena al diferente.

Esta visión discriminatoria se encuentra en todos los ámbitos. Aunque parece más evidente en el plano laboral, el edadismo está integrado en nuestra forma de ver el mundo y de relacionarnos; lo que, sin duda, dificulta reconocerlo en toda su dimensión y ser conscientes de sus desgraciadas consecuencias.

A veces, los medios de comunicación, la publicidad o la información institucional son vías para la propagación de estos prejuicios. Sobre todo, esta realidad sesgada funciona ante un público que no quiere hacer esfuerzos por entender la complejidad de vivir en una sociedad diversa llena de matices.

La realidad es cambiante, pero no así la comunicación que abusa, no siempre conscientemente, de los prejuicios establecidos a partir de unos patrones y creencias culturales, aprendidas y reproducidas durante siglos, sobre las personas de mayor edad. ¿No te parece increíble que acabemos utilizando unas creencias tan anticuadas y que además no sean las que surgen de nuestra experiencia?

¿Cómo funciona esto de la comunicación discriminatoria?

Conviene saber que esta discriminación suele darse de tres formas distintas y complementarias:

1. La discriminación léxica, debida a la elección de ciertos términos a la hora de referirse a la persona (adjetivos “calificativos” fundamentalmente) omitiendo otros. Por ejemplo: “Una abuela de Sudáfrica planta cara a sus atracadores”.
2. La discriminación sintáctica, basada en cómo construimos las oraciones, (deliberadamente en ocasiones). Un ejemplo sería: “Se venden pisos con ancianos en su interior; Carmen con 92 años y Mariano con 88”.
3. La discriminación retórica, con el empleo de diferentes estrategias para persuadir de manera sutil sobre la inferioridad de ciertos grupos frente a sus “opuestos”. Veamos este ejemplo: “La jubilada que aprendió a hablar como los millennials y es la nueva estrella de Twitter”.

Creemos firmemente que las sociedades actuales plurales, diversas y modernas han de permitir que cada persona envejezca a su manera: como pueda y como quiera, y con el respeto del resto de la ciudadanía y de su familia. Es por ello que necesitamos erradicar el edadismo y optar por un lenguaje que no excluya ni sea peyorativo.

Un lenguaje que destierre de manera definitiva los discursos que desprecian a las personas por cualquier razón, identificando los tan habituales paternalismos e infantilización y sus efectos negativos, a los que la comunicación edadista nos tiene mal acostumbrados y bastante, molestos.

Esta Guía es una herramienta planteada desde la Dirección General de Personas Mayores y Servicios Sociales del Ayuntamiento de Madrid para luchar contra el edadismo. Conocerlo a fondo nos ayudará a tener más argumentos para evitarlo y así conseguir que nuestra ciudad sea un lugar libre de toda discriminación y sobre todo, amiga con las personas que han contribuido a devolvernos la democracia o a que disfrutemos de la sociedad del bienestar en nuestro país.

¿De dónde partimos?

Reconocer lo que nos han aportado, con personas de la edad de tus padres o la de tus abuelos nos obliga a olvidar los principios que deben primar en una cultura del buen y agradecido trato. Los siguientes son fundamentales, son básicos y por ello conviene recordarlos y demandarlos:

- Los DERECHOS no caducan con la edad, y las personas más mayores tienen los suyos, aunque en ocasiones necesiten alguna ayuda para poder ejercerlos.
- El derecho a guardar CONFIDENCIALIDAD de la información importante de las personas son ideas importantes a recordar y a cumplir.
- El edadismo olvida la INDIVIDUALIDAD, el reconocimiento a la DIVERSIDAD y la SINGULARIDAD. Cada persona es única siempre y hasta el final.
- SABIDURÍA y CONOCIMIENTO están más que repartidos en la sociedad, y muchos ciudadanos mayores contribuyen aportando los suyos.
- Es frecuente que las personas continúen interesadas en lo que siempre hicieron, si COOPERARON o PARTICIPARON en los asuntos de su vida, de su barrio, de su ciudad, pues ahora también pueden y deben hacerlo.
- Cualquier persona, de cualquier edad o en cualquier circunstancia, necesita y puede HACER COSAS QUE SEAN VALIOSAS para sí mismo y para el resto de la sociedad.
- Los adultos más mayores tienen derecho a disponer de INFORMACIÓN para poder continuar DECIDIENDO y llevando el timón de sus vidas.
- La IMAGEN SOCIAL de la vejez y de las personas que llegan a ella puede favorecer el respeto a la singularidad, o por el contrario puede provocar más estereotipos y estigma. Es necesario repensar la imagen que transmitimos con las palabras e imágenes que empleamos. Ocultándola o devaluándola, también somos edadistas.
- La edad no ha de interferir en el estilo de tratamiento y comunicación. Las personas precisamos de un trato desde el respeto, pero por tener más edad no merecen un exceso de FAMILIARIDAD o de PATERNALISMO.
- Aunque algunas personas se encuentren en situación de VULNERABILIDAD, sea esta física, cognitiva, social, afectiva u de otro tipo, la DIGNIDAD es y debe ser la misma para todas las personas.
- Es necesario construir lazos de corresponsabilidad y SOLIDARIDAD que generen una sociedad que proporcione SEGURIDAD a los ciudadanos que más la precisen.

Esta es una Guía para profesionales de la Administración Pública, los medios de comunicación y la publicidad que reconoce el amplio alcance de sus trabajos. Con la credibilidad, su capacidad pedagógica y el impacto de sus mensajes pueden ser los cómplices que impulsen en el cambio de mirada frente a los manidos estereotipos

asociados a las personas mayores y al proceso de envejecimiento que por fortuna, todos vivimos.

El lenguaje con sesgo

Como hemos comentado, los estereotipos tienen la intención de simplificar el mundo y las relaciones interpersonales que establecemos. De ahí surgen múltiples expresiones referidas a la edad o las personas adultas mayores que perpetúan creencias negativas como las que se intuyen en las siguientes expresiones:

- Dependiente: débil, enfermo, mal nutrido, torpe, demente, derrochador, costoso, una carga para el sistema y para la familia...
- Deprimido: solitario, desaliñado, triste, aburrido, pesado...
- Vulnerable: hipocondríaco, víctima, temeroso, inestable, frágil...
- Gruñón: exigente, amargado, prejuicioso, egoísta, entrometido, conservador, feo...
- Incapaz: obsoleto, estéril, pasivo, lento, fracasado, rural...

El uso de estas palabras insiste en estos estigmas asociados a la edad que están muy vinculados a la situación de enfermedad y declive. Y, de ahí no será fácil salir sin tu compromiso alertando de sus efectos, que incluso pueden llegar a afectar a la salud de las personas mayores como algunos estudios últimamente así lo han corroborado.

Comunicación e imagen

A parte de la infrarrepresentación de las personas adultas mayores, sobre todo de las mujeres, haciéndolas invisibles a determinada edad, la comunicación ya sea en el lenguaje administrativo, comercial o informativo, ha abusado de la imagen de una estereotipada señora mayor con pelo blanco y recogido con un moño, vestida de oscuro, con chepa y bastón, y sin compañía.

En cuanto a la selección de las fotografías, debemos evitar la imagen de personas mayores de espaldas, en situación de reposo, con foco en el bastón o la vestimenta de luto, así como del uso del blanco y negro para mostrar su realidad.

Seguir perpetuando esta imagen triste y gris, contribuye a que estas personas vean su vejez como una amenaza real e inevitablemente hacia una etapa de fragilidad,

dependencia, soledad, uniformidad, sumisión, pobreza y tristeza. Esto es a todas las luces una visión distorsionada por no decir, falaz, además de muy injusta.

Los efectos del edadismo

Al igual que cuando hablamos de maltrato no sólo hablamos de un tipo de violencia, sino de las múltiples estrategias para ejercerlo, el edadismo puede presentarse con distintas caras, pero todas ellas con las mismas consecuencias: mayor malestar y menor autoestima. ¡Conozcámoslo a fondo! Sólo así podremos identificarlos y denunciarlos, pero, sobre todo, suprimirlo en nuestros quehaceres en la comunicación mediática o institucional.

Formas de edadismo

1. Simplificar las diversas dimensiones de la persona: Todas estas etiquetas acotan de forma rígida la personalidad que es multidimensional y siempre singular. En ese proceso, las hacen a todas iguales. Personas que, por otra parte, tienen 30 o 40 años de diferencia. Generaciones, culturas, formas distintas de ver la vida e historias de vida particulares.
2. Deshumanizar el trato: Esa uniformidad lo que facilita es la cosificación de las personas, tendiendo a no verlas como tales y, por tanto, quitándoles su dignidad.
3. La infantilización: Por desgracia es muy frecuente usar diminutivos o términos excesivamente cariñosos para referirnos a las personas mayores. Esta tendencia se observa incluso cuando nos comunicamos con ellas.
4. Lo heroico: Así mismo, cuando la información se destaca como curiosa, extraordinaria o anecdótica contribuyen a ofrecer una imagen excluyente y fuera de la norma dominante. Minusvalorando a la mayoría de las personas que no llegan a ese heroísmo.
5. El sexismo como cómplice: La situación se complica cuando las discriminaciones se solapan o se multiplican y afectan a las mujeres. Si ser mujer es una dificultad, ser mujer mayor es una desgracia.
6. El todo por la parte: Por ejemplo, los calificativos “dependiente” o “discapacitado” hacen énfasis solo en una característica de la persona, siempre en las limitaciones, obviando sus fortalezas, identidades y particularidades.
7. Seres del pasado: El edadismo rechaza la capacidad de los y las adultas mayores para vivir en el presente y tener ilusión en su futuro. Desvincularles del

momento actual e incapacitarles respecto a las nuevas tecnologías, por ejemplo, también es una práctica muy habitual.

8. Invisibles: Si muchas veces envejecer es sinónimo desaparecer, así ocurre cuando tu envejecimiento no es el predominante como podría ser si eres una persona refugiada, homosexual, budista o con alguna discapacidad.

Una comunicación que rechace el edadismo es aquella que no usa términos como “abuelitos” ni “superabuelas”. Ni todos son abuelos, ni son todos iguales.

En definitiva, los efectos del edadismo siempre dan una mala imagen de las personas, que afecta a su autopercepción y condiciona su forma de afrontar la vejez, que rompe la igualdad de oportunidades entre los ciudadanos y obstaculiza el ejercicio de los derechos que les son propios.

Palabras que dañan

Al igual que las personas no tienen fecha de caducidad, sus derechos tampoco y aunque el edadismo pretenda lo contrario, como explicamos anteriormente, debemos señalarlo y denunciarlo. Estas son algunas de las expresiones más frecuentes que de manera tendenciosa, contribuyen a minusvalorar, desinformar y a marginar a las personas por su edad:

- Un clásico es el reduccionismo. Hablar de “abuelo/a” como equivalente de persona mayor. Pues bien, ni todas las personas mayores son abuelos o abuelas (ni siquiera padres o madres) y de serlo, no serían los tuyos. Si se usa para referirse a adultos mayores en general, implica una familiaridad que seguramente no te han otorgado. Así que olvídate de usarlo como genérico.
- Otro ejemplo tan inadecuado como frecuente es usar los adjetivos calificativos de las personas como sustantivos eliminando su condición de persona. Por ejemplo: decir: mayores, dementes, dependientes o discapacitados... en vez de personas mayores, personas con demencia, personas en situación de discapacidad, personas con discapacidad o diversidad funcional. Reivindiquemos que somos personas.
- La usual expresión “nuestros mayores” es una muestra del apropiacionismo y de paternalismo. Esta expresión los infantiliza por cuanto nosotros nos hacemos cargo de sus deseos anulando su capacidad de decidir, saber y hacer. También de sus necesidades. No te apropiés de su vida.

- El uso del calificativo “clase pasiva”, pensionistas” o “jubilados”, aparte de inapropiado es injusto además de incorrecto ya que como lo que ocurría con los abuelos, su identidad va más allá de su función laboral o derechos adquiridos. No reduzcas a las personas a un plano administrativo/laboral. Todos aportamos a la sociedad.
- Mucho se discute sobre el calificativo de “viejo/a”. En general, no tiene buena referencia porque tradicionalmente se ha utilizado como adjetivo calificativo de objetos..., para referirse a éstos como algo muy usado y de poco valor (si tuviera valor se denominaría a dicho objeto antigüedad). Esta carga negativa de la palabra viejo/a hace que la mayoría de personas mayores no se sientan cómodos con este calificativo por asociarlo a un mueble desvencijado o un vestido apolillado. En algunos lugares sus habitantes lo consideran más neutro, lo utilizan con naturalidad, incluso con orgullo. Por ello, y por prudencia y para no molestar a la mayoría que lo percibe como negativo, no lo utilices.
- En cuanto a “anciano/a” para referirse a personas de mucha edad, como dice la Real Academia Española, sólo se debería usarse en personas muy muy mayores, eso sí, sin añadir tintes sesgados o mal intencionados con complementos negativos. Véase, anciano decrepito. En cualquier caso, es deseable evitar su uso por la carga peyorativa asociada.
- Es muy popular leer o escuchar “tercera edad” para denominar a las personas mayores de 65 años. Este término es inadecuado porque, en primer, a la mayoría de las personas no les gusta ser denominados así. Tal vez porque se asemeja a lo que en otros sectores es de menor nivel o calidad (viajar en tercera, tercer mundo, tercera regional...). Incluso y debido a la ampliación de la esperanza de vida en los últimos tiempos, se ha creado la Cuarta Edad para hablar de las personas mayores de 80 años. Por todo ello, creemos que en ningún caso debe usarse, por ese tinte negativo y porque responde más a un reduccionismo orientado a la segmentación del mercado.
- Además, es importante no generalizar con expresiones como “todas las personas mayores”; emplear términos modernos y adecuados en relación a servicios o productos relacionados con el envejecimiento; por ejemplo, no “asilos”, sino o “centros residenciales”; y tratar de aportar una imagen de valor, recalando que son simplemente adultos con unos años más, y que, como todos, participan y aportan en todos los aspectos de nuestra sociedad.
- Sobre la “eterna juventud”. Aunque el edadismo es también una discriminación que sufre la gente joven, es cierto que en menor medida y con menor carga negativa. Así, la juventud es una época fresca, alegre y productiva y su

contrapuesto, la vejez con todo lo contrario, caduca, triste e incapaz. Por eso el empleo de titulares o expresiones como “Isabel Presley, rejuvenece con su nuevo amor” o “Trucos para vivir una eterna juventud” aparte de no ser ciertas, invalidan el envejecimiento mismo y castigan a las personas en la vejez.

Eufemismos

Atendiendo al significado dado por la Real Academia Española sobre eufemismo como una manifestación suave o decorosa de ideas cuya recta y franca expresión sería dura o malsonante, aparecen expresiones vacías como personas de edad, añosos o de juventud acumulada por así creerlos menos ofensivos.

Nuestra propuesta es evitarlos porque no creemos que la edad debe ser un insulto o la vejez un demérito. Hagamos justo lo contrario contrayendo en positivo, y sólo si es relevante para la noticia, destacaremos la edad. Por ejemplo: Concha, 82 años y José, 83, celebran sus bodas de Oro y como mejor opción: Concha y José, 50 años casados.

Por otra parte, titulares como “Los 50 son los nuevos 20” contribuyen a asociar la juventud como el periodo válido, por positivo. ¿Es que no aspiramos todos llegar a tener una vida larga y plena?

Edadismo al hablar con las personas adultas mayores

Cuando se tiene una mirada estereotipada y negativa de la vejez, cuando se perciben a los ciudadanos mayores como seres devaluados (es decir, con menos capacidades de las que verdaderamente poseen o con menor estatus social/cultural) es muy frecuente escuchar un estilo de comunicación infantilizadora o como en los países anglosajones lo llaman elder speak.

Esta forma inadecuada de comunicación, se caracteriza por una manera de hablar irrespetuosa, forzada, paternalista y ñoña. Y suele consistir en:

- El uso de un tono infantil, entonaciones exageradas, voz cantarina y ritmo lento.
- El empleo de simplificaciones gramaticales: frases muy simples y cortas; de un vocabulario limitado, de pronombres colectivos para referirse a una sola persona, de diminutivos inapropiados por excesivamente íntimos o el tuteo sin permiso.

- La realización de repeticiones y aclaraciones innecesarias, incluso del uso de preguntas que ya contienen la respuesta, dejando a la persona sin oportunidad de verdaderamente responder.
- Algunos profesionales no dan la misma información (en calidad o cantidad) dependiendo de si su interlocutor -cliente o paciente- es de mediana edad o más mayor. Ello es otro ejemplo de la discriminación por la edad.

A la hora de hablar de las personas mayores, o de realizar una entrevista en radio o para televisión, deberás tenerlo en cuenta para así evitarlo porque, tiene efectos muy negativos para las personas y llega a categorizarse como un mal trato psicológico y emocional puesto que daña la autoestima y empeora más aun la visión que tienen de sí mismos. Así mismo, este habla infantilizadora genera más dependencia y falta de autonomía decisoria, propicia sentimientos de tristeza, soledad, abandono y favorece el aislamiento, la incomunicación, incluso el enfado y otros comportamientos que generan frustración e indefensión. ¿A que no quieres tu contribuir a ello?

Sensacionalismo

El sensacionalismo es aquella práctica que algunos medios informativos recurren a la polémica o la tragedia para atraer más lectores. Así mismo falsean la realidad o exageran lo negativo.

Víctimas de esta práctica, también conocida como “amarillismo” son las noticias protagonizadas por personas adultas mayores. Son recurrentes las informaciones de atropellos, robos o agresiones que, si bien son reales, no deben generar alarma ni una lástima desmedida por tratarse de personas aparentemente desvalidas.

En los últimos tiempos, también los medios de comunicación han encontrado un filón con el tema de la soledad asociada a la vejez, que como en los casos anteriormente citados son ciertos y desgraciados, pero no debería ser una estrategia para generalizar y dar la impresión de que todas las personas mayores están solas o están condenadas a estarlo.

¿Soy edadista en mi comunicación?

| | | |
|---|-----------|-----------|
| Auto test de comprobación sobre edadismo | SI | NO |
|---|-----------|-----------|

| | | |
|--|--|--|
| ¿Te refieres a todas las personas mayores como abuelos/abuelas? | | |
| ¿Contribuyes con las noticias que elaboras a mostrar la realidad heterogénea de las personas mayores? | | |
| ¿Promueves información relativa a un envejecimiento positivo y activo? | | |
| ¿Fomentas historias de autonomía personal o artículos sobre la longevidad como éxito de la sociedad contemporánea? | | |
| ¿Cambias el tono al hablar a una persona mayor? | | |
| ¿Recurras a los diminutivos cuando te diriges a una persona mayor o hablas de ella? | | |
| ¿Simplificas la información cuando te diriges hacia alguien por tener más años? | | |
| ¿En la redacción administrativa o legal, recurres a un lenguaje inclusivo y que no discrimine por razón de edad? | | |
| ¿Aplicas contenidos donde se fomente una visión positiva de la vejez? Ejemplo, emprendimiento o talento sénior, amor y sexualidad de la edad madura, movimiento solidario, participación y compromiso ciudadano, resiliencia o espiritualidad en la vejez. | | |
| ¿Evitas adjetivos discriminatorios como: senil, retirado, avejentado o minusválido? | | |
| ¿Contribuyes, ya sea en textos como en fotos, a ridiculizar la vejez? | | |
| ¿Cuándo seleccionas imágenes, eliges personas mayores, cercanas o reconocibles a tu contexto sociocultural? | | |
| ¿Evitas fotografías de una belleza asociada al canon nórdico? | | |
| Cuando seleccionas noticias para tu medio, ¿son siempre historias de soledad o protagonistas de sucesos trágicos? | | |
| ¿Empleas o abusas de los retoques digitales para matizar o eliminar arrugas, manchas o la flacidez de la piel? | | |
| ¿Cuándo entrevistas a una persona mayor, le hablas en pasado? Por ejemplo, Mariano ¿en su época hacia tanto frío como ahora? o Señora, ¿usted debió ser una belleza? | | |

Recomendaciones

Una de las formas más simples de contrarrestar el lenguaje sesgado y peyorativo, es reemplazarlo por un lenguaje factual, que incluya descripciones sin prejuicios y una terminología que sea más neutral, más descriptiva. Las etiquetas son conclusiones y las conclusiones desalientan las preguntas. Y hablando de preguntas. ¡Ahí va una pregunta!

Del mismo modo que hemos eliminado la raza cuando se habla de un suceso en los informativos, ¿por qué indicar la edad a menos que sea relevante para la historia?

Entendiendo lo anterior, proponemos las siguientes recomendaciones:

- Las personas mayores no es un grupo ni rígido ni homogéneo.
- Mira a las personas y no a sus condiciones. Jubilado es una situación, no un rasgo de la personalidad.
- Habla de su futuro, porque no sólo tienen pasado. A menudo, sus vidas resultan ser modelos inspiradores para la población más joven.
- No ser condescendiente ni paternalista en nuestras redacciones y exposiciones. De esta manera, preferiblemente, habla de personas residentes y no tanto de pacientes o dependientes (implica carga enfermiza). No ser reduccionista es entender que no todos hacen dieta o practican la abstinencia sexual, entre otros asuntos.
- Comunica en positivo, los aportes frente a cargas. Así, enfatiza la experiencia, la libertad, la creatividad, la capacidad de adaptación a los cambios y a superar dificultades, la sabiduría o las ganancias emocionales porque no son sólo víctimas de tragedias, muerte, soledad o vulnerabilidad. Despatologicemos el lenguaje.
- Evita usar adjetivos como sustantivos, a todos nos gusta que nos llamen personas con o en situación... pero personas. Utiliza tanto como puedas sus nombres propios.
- Evita eufemismos como: años dorados, retirado, personas de edad o adjetivos descalificativos como: anciano, sesentona, senil, añoso...
- El envejecimiento no es un problema o un desafío, sino una realidad y una conquista social de la que sentirse orgullosos. Mejor hablar de cambio que de tsunami demográfico.
- No vendas falsas ilusiones ni promuevas la cultura del anti-envejecimiento.
- Como bien sabes el diseño y la imagen es parte de la comunicación. De esta forma recurre a imágenes: de frente, sugerentes, en acción, reflejo de la diversidad cultural, estética, étnica o sexual, con color e ilusión en sus miradas.
- Ten en cuenta que el envejeciendo es un verbo que implica actividad ¡Úsalo a discreción! Así mismo, otorga voz a las personas adultas mayores, siendo protagonistas y no haciendo un cameo, por usar la jerga de la industria cinematográfica. Usa sus historias para contarlas con emoción, rigor y pedagogía

porque las historias relativas a la vida en el envejecimiento y sus asuntos colaterales no son sólo interesantes para las personas mayores.

Epílogo

La definición de maltrato a las personas mayores planteada por la Organización Mundial de la Salud (2003) dice que éste puede ocurrir por omisión o acción, con o sin intención y provocar daños, pérdida o violación de los derechos humanos y deterioro en su calidad de vida.

Ahora que sabemos que no sólo el abandono o la violencia es maltrato y que también el edadismo y los estereotipos no son inocuos, te invitamos a ser parte y conseguir una sociedad más justa y verdaderamente intergeneracional. Porque desde tu ámbito profesional o entorno personal, todos tenemos la responsabilidad de advertir esta discriminación cuando y donde ocurra, y también en ponerle freno.

Todo lo que es injusto, como es el maltrato discursivo, nos concierne y nos afecta.

Todos tenemos derecho a una información exacta, veraz y completa que acepte y aprecie la diversidad, también la que llega con la edad.

Trabajemos juntos por una comunicación y un lenguaje que no se base en los estereotipos sociales de un concepto de vejez ya trasnochado. Las sociedades actuales plurales, diversas y modernas han de permitir que cada persona envejezca de acuerdo a sus principios y posibilidades forma, como pueda y como quiera cada sujeto, pero siempre contando con el respeto del resto de los ciudadanos. Para lograrlo necesitamos erradicar el edadismo y transformar el lenguaje para que pongamos en valor la vejez como lo que es, una oportunidad.

5. Atención a la ciudadanía

Una ciudad amigable con las personas mayores, como lo es Madrid desde el año 2013, es un entorno urbano inclusivo y accesible que fomenta un envejecimiento activo

asociado a hábitos saludables y sistemas de participación que puedan evitar posibles problemas tradicionalmente asociados a la vejez, como son la dependencia o el aislamiento.

Con casi el 20% de mayores residentes, unos de nacimiento y otros por adopción, y un buen número como visitantes de todo el mundo, estas personas suponen un importante número de ciudadanos que si bien heterogéneo comparten necesidades similares y además, merece que ésta, sea esmerada.

En el siguiente documento, tanto si eres funcionario, autónomo o trabajador por cuenta ajena con relación con personas mayores, directa o indirectamente, encontrará recomendaciones genéricas, útiles y válidas para escenas y situaciones muy diversas, en las que la personalización será la clave para que esta relación interpersonal, esporádica o regular, sea lo más satisfactoria posible para todas las partes.

Para lograr ser cada vez una ciudad más amigable con las personas mayores, la corporación municipal desde todas sus áreas de gobierno, impulsa y favorece la participación de este grupo de edad con la convicción de que será en beneficio de la comunidad, porque sus necesidades y exigencias redundan siempre en toda la ciudadanía. A fin de cuentas, lo que es bueno para ellas es bueno para todos.

En el ejercicio de tu profesión te encontrarás con todo tipo de personas que acuden a ti con una ilusión o una inquietud, depositando su confianza en tu buen hacer. Quizá sea la primera vez que os encontráis o bien, se repite la experiencia pero desde luego, lo que hace que tu trabajo tenga sentido, es precisamente ese vínculo que se deriva de una búsqueda de información o bien, para solucionar una preocupación.

Pero si bien esto es sencillo, en un entorno cambiante y muy tecnificado, los resultados puede que no sean los esperados por su parte ni los deseados por la tuya. Ni en los tiempos ni en las formas.

Como ocurre siempre, las personas necesitan unas de otras para conseguir sus objetivos. Adaptarse a las singularidades de cada persona, será arduo pero también grato. Y con esta buena noticia, podemos convivir y complementarnos.

La información en la sociedad

Dicen que vivimos en la sociedad de la información pero a veces, conseguirla a través de un canal asequible a nuestras capacidades no es siempre fácil.

En el ámbito público, la burocracia se presenta como un mal endogámico de la Administración pero lo que en realidad hace o intenta, es acotar todo en un entorno de previsibilidad para hacer más eficaz la pluralidad de los casos que ha de hacer frente. Algo parecido ocurre en la empresa privada en los que sus complejos procedimientos son considerados como obstáculos por los clientes. Las personas mayores también padecen el exceso de papeleos o la despersonalización de relaciones que conlleva la rigidez administrativa.

Contra ese desapego debemos lidiar para conseguir que tanto ciudadanos como clientes consigan, de la manera más eficiente, corregir las disfunciones del sistema. No en vano, a veces somos usuarios, pero en otras ocasiones seguimos siendo empleados y por eso, tu ayuda con las personas mayores es importante.

Debemos también tener presentes que si para ti, todo es rutinario, para la persona con la que interactuamos, físicamente o virtualmente, siempre es un episodio nuevo que incomoda o apabulla, según los casos.

Nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías han llegado para quedarse pero no podemos olvidar que las personas mayores no son nativas digitales, aunque a decir verdad, en los últimos años cada vez son más los que se han convertido en entusiastas usuarios.

No sólo estas herramientas telemáticas agilizan el trabajo diario, sino que son un gran apoyo para atender la diversidad funcional, cognitiva o sensorial. La formación en comunicación alternativa y aumentativa te será muy útil cuando tengas que atender a personas con alguna discapacidad. Contempla formarte o si es así, reciclar tus conocimientos sobre la atención a la diversidad.

Por otra parte, intenta adaptarte al ciudadano y no al revés, ofreciéndole canales para establecer esa comunicación y entendiendo que seguramente prefiera los medios tradicionales, sobre todo a las personas mayores de 80.

La atención a la pluralidad

Que las personas somos diferentes es una obviedad, pero a veces, compartimos inquietudes y necesidades. Si acuden a tu oficina o te conectan por vía telefónica, ya tienen una idea de quien les podría ayudar. Seguramente, no hayan llegado al departamento idóneo o al servicio acertado, pero quizá con tu ayuda, conocimientos y experiencia podrás indicarles mejor el lugar y la persona adecuada. ¿A que es magnífico el poder que tienes? Verles o escucharles con la solución a su inquietud no tiene precio. No en vano, conoces esa misma sensación cuando eres tú el que te encuentras perdido.

A veces, en pocos segundos tienes que intuir su procedencia, conocer su nivel sociocultural o idioma, pero sobre todo sus capacidades y limitaciones. Esto es complejo, pero atender estas singularidades hace más estimulante tu trabajo. Entre las personas que atenderás, encontrarás situaciones de diversidad funcional, cognitiva o sensorial y quizá esto sea un estímulo. Intenta entender sus realidades, conocer el lenguaje inclusivo y las necesidades especiales que estas personas esperan de su interlocutor.

Objetivos de la atención al ciudadano

Una vez escuchada a la persona mayor, los principales requerimientos y competencias que deberás aplicar a tu trabajo serán los siguientes:

1. **Informar.** Ofrece toda la información de que dispongas porque esto le permitirá tener la capacidad para decidir, asegurándote de la veracidad de la misma, así como, de su comprensión, para su posterior uso por parte de las personas usuarias.
2. **Orientar.** Quizá no sólo disponga de un recurso o un procedimiento. Considera su especial situación y sugiere aquello que te parezca lo más adecuado, porque en ocasiones las personas no tienen las ideas claras. encamina con respeto los criterios, preferencias y valores de la persona, evitando el paternalismo, cuando la persona no tiene aún una opinión definida.
3. **Sensibilizar.** Al igual que tus padres o tus abuelos, la población más adulta de nuestra ciudad tienen mucho pasado pero también forman parte del presente y del futuro. A partir de esta concepción, intenta ser comprensivo y ser amable. Y además, si eres director de departamento o puedes influir en tus compañeros, hazlo para que el trato no sólo sea solo correcto sino digno. Muchas veces no conocen sus derechos, o los instrumentos de que disponen para ejercerlo, o cómo utilizarlos. Por ejemplo, en el ámbito sanitario, en relación a su derecho a lo que se ha dado en llamar consentimiento informado o declaración de voluntades anticipadas; a sus derechos a tratamientos o cuidados paliativos.

4. **Prestar apoyo.** A veces, nuestro trabajo puede reducirse a demostrar proximidad, sugerir opciones y completar carencias haciéndoles saber y notar que su satisfacción nos concierne. En ocasiones como resultado de tu información la persona deberá tomar decisiones, y prestar apoyo significará en estos casos que las personas puedan tomarse el tiempo que necesiten para ello, y tú habrás de ser ese profesional que se lo permita. Puede ser que la persona mayor sólo necesite una información objetiva pero otras veces esperará que le ayudemos a conformar su criterio, a estar seguros y para ello, necesitará tu comprensión y buen hacer.

La amabilidad, la herramienta más eficaz

Como siempre ocurre en todas las relaciones, la primera impresión, condicionará el buen desarrollo de ese encuentro. Entiende que tu imagen personal y sobre todo, tu actitud, forma parte de la óptima atención.

Esta cordialidad bien apreciada por todos, es una habilidad que puedes ofrecer cuando la relación está fundamentada en los siguientes principios:

- Predisposición a atender de manera inmediata, diligente e integral a la persona usuaria.
- La capacidad de sonreír y que sea perceptible por el otro.
- El tono de voz y el ritmo de transmisión ha de ser tranquilo, claro, cierto y seguro.
- Escucha proactiva.
- Si acaso no entiendes la necesidad de tu interlocutor, puedes hacer preguntas que faciliten esta comunicación.
- La capacidad de controlar las situaciones de estrés o incertidumbre del otro.
- Potencial para discernir si a partir de tu forma de expresarte demasiado formal y técnica, no dificulta o incomoda la relación.
- La capacidad de utilizar el idioma y el lenguaje del usuario.
- Dedicarle el tiempo que necesita es un modo muy sencillo pero esencial de demostrar nuestro compromiso con su satisfacción.
- Preguntar, recordar y llamarle por su nombre. Incluso en la despedida, haciéndole sentir que estaremos a su disposición siempre.

Situaciones y escenarios específicos de atención al ciudadano mayor

Veamos algunos escenarios en los que damos atención a los ciudadanos mayores. Esta pluralidad de situaciones evidencia hasta qué punto la información es necesaria y así, la casuística que a continuación se presenta.

Comunicación directa en ventanillas o despachos: La ventanilla o el muro de vidrio, la distancia física que impone el mostrador o la diferencia de alturas provocadas por esto mismo, no debe ser una dificultad para establecer la cercanía con las personas y sus necesidades. Son situaciones incómodas también para ti cuando estás del otro lado, ¿verdad? Así mismo procura que sólo tu interlocutor reciba la información que desea y no el resto de personas que están cerca, respetando su privacidad. Si es necesario, acompaña a tu comunicación oral de un soporte en papel para que pueda llevárselo y valorarlo/procesarlo tranquilamente después.

Vía telefónica: Quizá te hayas hecho esta pregunta: ¿es posible mostrar cercanía a pesar de la distancia física? ¡Claro que sí! El tono de tu voz será esa herramienta aliada para conseguirla. Así como la gestión de los tiempos de emisión y recepción de los mensajes. Repite la información cuantas veces sea necesaria.

Vía informática: Para muchas personas mayores, todavía la tecnología es un obstáculo por lo que su uso será escogido sólo por los más diestros. La brecha digital llevará tiempo superarla y será menor si la usabilidad la hacemos intuitiva y atractiva.

Todos en nuestro entorno podemos influir para que tanto la imagen como los mensajes alusivos a la vejez y las personas mayores, sean acordes a las nuevas realidades que se dan en nuestra ciudad. Ponle racionalidad y corazón, a esta misión. Así mismo, en la medida de sea posible no promuevas situaciones que discriminen a las personas por su edad, ya sea en la redacción o aprobación de un contrato por obra o servicio si trabajas para la administración, o a través de la selección de fotos para ilustrar un folleto o poster alusivo a alguna campaña promovida por el Ayuntamiento. Por ejemplo, promueve la inclusión de documentos de lectura fácil porque no es más costoso, ni más laborioso per sí, útiles para todos.

Listado de comprobación

| <i>¿Cómo eres en la atención al ciudadano mayor?</i> | Siempre | Frecuentemente | Sólo a veces | Nunca |
|--|---------|----------------|--------------|-------|
| De primeras ¿recurre al tuteo? | | | | |
| ¿Te interesas expresamente por si la persona comprende la información que necesita? | | | | |
| ¿Utilizas un lenguaje adaptado al interlocutor? | | | | |
| ¿Ofreces información sobre departamentos y servicios ajenos a tu competencia o área de conocimiento? | | | | |
| ¿Eres empático con las situaciones de vulnerabilidad o fragilidad? | | | | |
| ¿De tu relación pueden apreciar confianza y seguridad? | | | | |
| ¿Ayudas a las personas a encontrar el canal más adecuado? | | | | |
| ¿Y lo haces en el menor tiempo posible? Reduciendo los tiempos de espera | | | | |
| ¿Proteges la confidencialidad de la persona usuaria? | | | | |
| ¿Te preocupas por hacer uso de su nombre para dirigirte a él o ella? | | | | |
| ¿Ofreces apoyos alternativos a la información? Como podrían ser asiento, hidratación, ayudas técnicas... | | | | |
| ¿Conoces entidades que atiendan las situaciones asociadas a la vida de las personas mayores? Por ejemplo, asociaciones de viudas, de pensionistas, universidades de mayores, asociaciones de pacientes o de afectados por estafas, organizaciones no gubernamentales para luchar contra la soledad, la depresión, el maltrato a las personas mayores, el suicidio... | | | | |

Recomendaciones

- Sonríe al iniciar la conversación, ya sea presencial o telefónica y cuando sea telemática, esfuérate porque en la redacción de esa comunicación sea cordial y cercana.
- Utiliza saludos educados y apropiados, evitando un lenguaje demasiado familiar. No tutees nunca de entrada porque es un exceso de confianza.
- Se proactivo y pregunta cómo podemos servirle.
- Permanece cercano y disponible, manteniendo la mirada y una escucha solícita.
- No prejuzgues por las apariencias, todas las personas merecen nuestra atención plena y resolutiva.
- Evita la información negativa, como podría ser un “desconozco esa información” y sustitúyelo por ejemplo con un: “déjeme un momento y lo averiguo”.
- Usa un tono adecuado para que la comunicación sea discreta.
- Discúlpate si alguna situación o experiencia previa no fue de su agrado.
- Aprender a interpretar el lenguaje corporal de tu interlocutor puede servirte de ayuda. Incluso para detectar algún problema de salud.
- Intenta ser equitativo en el reparto del tiempo, aunque si la persona necesita una duración mayor en la atención procura dispensarla sin que ello, desfavorezca al resto de personas.
- Termina el encuentro con una sonrisa e invita a la persona usuaria a que recurra a ti cuantas veces sea oportuno.
- Ten siempre a mano los teléfonos de los profesionales a los que debas avisar si eres testigo en tu trabajo de un percance de salud o un conflicto de inseguridad como puede ser un robo. Recuerda que con tu actitud y gestión puedes transmitir tranquilidad y control, esenciales para un episodio como éstos.

Epílogo

Esperamos que tras la lectura de este documento, entiendas que en lo esencial somos muy parecidos aunque nuestra procedencia sea dispar o nuestras experiencias antagónicas, como bien podrás observar de tu trato con este grupo de personas en tu puesto de trabajo o incluso en las relaciones personales que con ellos tienes.

En lo que seguro no habrá discrepancia, es cuando afirmamos que de la cuidadosa atención que le pongas a tu relación con las personas mayores será siempre bien valorada por ellos y a partir de esto, tu función dentro de la corporación o de la entidad en la que trabajas será importante y el vínculo establecido, notablemente significativo. ¿A que esto te motiva experimentarlo y mantenerlo en el tiempo?

6. Amigabilidad en comercio de proximidad

Si quiere ser un establecimiento amigable con las personas mayores, la siguiente información le ayudará a ofrecer un mejor servicio en su establecimiento (comercio,

restaurante u otro), optimizando la experiencia que presta a sus clientes con el interés de generar relaciones satisfactorias y longevas en el tiempo.

Cuando hablamos de un comercio amigable nos referimos a establecimientos que saben dar un trato y servicio adaptado a las personas. En el caso de las personas mayores, la amigabilidad tiene que concretarse en detalles pequeños pero que resultan imprescindibles para algo muy importante: que no se produzca un rechazo ni una discriminación hacia los clientes más mayores. Es lo que llamamos, el edadismo. Una discriminación, invisible muchas veces, que afecta a las personas por el simple hecho de cumplir años. Y además, se da en todos los entornos y a nivel internacional. Todos, sin excepción, lo sufriremos en algún momento y para combatirla necesitamos de tu apoyo y compromiso.

Madrid, una ciudad abierta al mundo, no puede cerrarse a la edad.

La verdad, es que lo que vamos a exponer aquí es un plan de una gran magnitud. Se trata de un proyecto bueno para todas las personas, de todas las edades y de todas las habilidades, y también para las generaciones venideras. Éste es el principio del diseño y la accesibilidad universal, que busca dar respuestas a todas las personas, respetando la enorme diversidad que existe en nuestra ciudad. Ésta es la visión que inspira esta guía.

Para este reto necesitamos contar con la ilusión y el compromiso de cada establecimiento, desde sus encargados hasta el resto de profesionales que atienden el mismo. A partir de ahora seremos un equipo con un mismo objetivo y por ello, nos permitiremos tutearte, sobre todo porque queremos que la cercanía sea el elemento para establecer esta amistad. Respeto y cercanía, cualidades clave para la amigabilidad.

¡Madrid quiere ser amiga de las personas mayores, y entre todos lo conseguiremos!

6.1 Introducción

Las altas cifras de esperanza de vida es uno de los hechos más fabulosos de la contemporaneidad, ya que supone la democracia de la vida larga a escala global. Ahora bien, se nos plantean algunas preguntas: ¿cuál es el futuro deseable para una clientela notablemente mayor? ¿Qué papel queremos tener en este cambio de paradigma donde el servicio se adapte al cliente y no al revés? La visión emergente de esta realidad se debería centrar en el análisis de los criterios y preferencias de los clientes mayores en relación a su experiencia en vuestros establecimientos.

El gobierno municipal es consciente de esta realidad, donde más del 20% por ciento de los habitantes de nuestra ciudad son personas mayores, y ya en el plan de amigabilidad se plantean directrices para reconocer la diversidad, proteger a los más vulnerables, promover su inclusión y que éstas personas contribuyan en todos los ámbitos comunitarios incluidos los que surgen en la relación proveedor/cliente.

De la misma manera, en este documento, se insta a respetar sus decisiones y elecciones de estilo de vida; así como anticipar y responder con flexibilidad a las necesidades y preferencias relacionadas con el envejecimiento, propio y ajeno. Es una obviedad, pero todos somos personas y así, los que acumulan muchos años siguen siendo consumidores como lo han sido siempre. Nada fuera de lo común. Gente corriente como tú. Por otra parte, sobra decir que la mayoría de nuestros vecinos más mayores no necesitan nada especial, aunque sí es comprensible que esperen un trato humano, y como es notorio, se lo merecen y nos lo merecemos. ¿Alguien se atreve a cuestionar todo lo anterior?

Y en esta heterogeneidad de ciudadanos que comentábamos al principio, que engloban el grupo de personas mayores, también existe una minoría que precisan entornos de apoyo para compensar los cambios físicos, cognitivos y sociales asociados con frecuencia al envejecimiento. Especialmente quienes tienen más de 80 años en los que es frecuente que presenten algunas dificultades de movilidad, alguna disminución de sus sentidos (por ejemplo, de la visión o la audición) o ciertos problemas de comprensión. Con ellas y con ellos, debemos tener una especial sensibilidad y una mayor implicación. Lo primero que necesitaremos es saber identificar las peculiaridades de la persona para poder así acomodar nuestro servicio a ella, tanto durante su estancia en nuestro establecimiento, como después con el servicio postventa.

En ocasiones, podrás encontrarte con situaciones asociadas a la soledad que muchas de estas personas viven. Un sentimiento que, si bien es personal, en muchísimas ocasiones no es deseado. Ciudadanos, especialmente mujeres que pueden acudir a tu lugar de trabajo esperando que alguien les escuche y atienda sus inquietudes. Ser sensibles a esta realidad de la vida de las personas, que a menudo no vemos, es muy oportuno para generar relaciones de buen trato y amigabilidad con las personas mayores.

El comercio de proximidad es un importante eje económico y social, vertebrador de nuestra ciudad, que además de crear riqueza y empleo, ofrece servicios que permiten satisfacer con comodidad las necesidades de bienes y productos de sus vecinos, y hacerla así, más habitable. Además, en base a las relaciones que en estos lugares se generan, permite a los ciudadanos más mayores seguir haciendo lo que siempre han hecho, siendo protagonistas activos de ese tejido socioeconómico, basado en el

consumo de bienes y servicios. No es extraño pues, que la mayoría de los vecinos de más edad prefieran comprar en su barrio, en los establecimientos que les son más próximos en lo físico pero también en lo emocional, donde los comerciantes les conocen y donde se sienten acogidos.

Si estás al frente de un negocio a pie de calle y quieres ofrecer un mejor servicio, deberías plantearte estas cuestiones previas y de paso, incorporar unas medidas para que la edad no sea un dato excluyente para la prosperidad de tu proyecto empresarial. Como el resto de la población, las personas mayores siguen comprando y exigen, porque no se jubilan de sus derechos ni de sus necesidades y placeres consumistas.

Estar al frente de un establecimiento amigable con las personas mayores y por ende, ser un profesional capaz de entender y atender la diversidad, además de satisfactorio es una oportunidad de generar empleo y prosperidad para tu negocio. Para ello, tienes que saber ofrecer un servicio personalizado y significativo y ello implica también tener precaución y evitar tratar a una persona mayor como alguien con limitaciones cuando no las tiene. Esto es totalmente inadecuado y además como es lógico, puede resultarle ofensivo, humillante o paternalista. A que a ti tampoco te gustaría que te trataran así, ¿verdad? Pues por ello tenemos que evitarlo y enseñar a las personas de nuestro entorno laboral a que tengan especial cuidado para evitar estas situaciones.

Los comportamientos paternalistas, bajo la idea de que por ser mayor las personas tienen menos capacidades y necesitan la protección como si fuese una relación padre/madre e hijo, incluso con la mejor intención, causan daño a las personas pues las minusvalora y humilla, y ello dificulta que se sigan sintiendo como lo que son, personas adultas. Tú -vosotros-, desde vuestro establecimiento, podéis ayudar mucho a que los vecinos más mayores de tu barrio continúen sintiéndose felices y orgullosos de los años que tienen. ¿Te animas a diferenciarte de otros establecimientos que dispensan un trato insípido y despersonalizado?

Cada vez que no eres sensible a esta realidad o ignoras cómo se sienten los clientes con un trato rutinario o mediocre, puedes estar perdiendo la fidelidad depositada en tu negocio de antiguos clientes o no ganar otros potenciales, y ello puede ser aprovechado por tu competencia.

La amigabilidad te ayuda a conocer a tus clientes, entender sus peculiaridades y darles apoyo con un servicio que asegure su satisfacción y el éxito del negocio.

Amigabilidad con las personas adultas mayores

“Mercedes enviudó hace un año. Desde entonces, es ella quien debe hacerse cargo de todo y también, de la compra. Aunque esta tarea no le gusta, se ha acostumbrado a hacerlo diariamente por consejo de su médica. Así, baja a la calle, pasea y saluda a las vecinas. Para el matrimonio asiático que regenta el puesto de frutería ya es como una amiga. Conversan poco pero el lenguaje gestual lo hace todo. Ellos le ofrecen abanico, asiento o cargar con las bolsas según la situación y doña Mercedes le devuelve estos detalles con fidelidad, agradecimiento y magdalenas caseras.”

A partir de este sencillo caso, vemos la grandeza de la atención al público mayor. Las relaciones que establecemos en comunidad nos hablan de interdependencias. En eso sí que somos todos iguales, ya seamos el empleado o el consumidor, pues todos en cualquier momento, podemos tener necesidad de ayuda o depender de otras personas.

La historia que acabas de leer es sólo un caso concreto de entre otros muchos que te encontrarás a diario. Otras personas solas, sin compañía alguna, acudirán con el deseo o la necesidad de algo de relación humana, de hablar y ser escuchadas; y esto no debería extrañarte. No en vano, las urbes generan estas situaciones tan extrañas donde vivimos en vecindades donde apenas nos conocemos. Tú quizá seas la única persona con la que tendrá oportunidad de conversar y sobre todo, de sentirse escuchada. No lo olvides.

Un establecimiento amigable con las personas mayores debe facilitar experiencias positivas, oportunidades para que puedan continuar decidiendo, disfrutando, invitando y comprando lo que quieran para quienes quieran. Esto es lo que deseamos: establecer intercambios amables donde todos ganemos.

Afortunadamente, los derechos de los consumidores (como el de disponer de información correcta, el de reparación de daños y perjuicios sufridos o el de protección administrativa y técnica entre muchos otros), están ya protegidos y reconocidos por ley. Las personas mayores, como cualquier otro consumidor, poseen la legitimidad para reivindicar sus derechos, y debemos acostumbrarnos a que ellos sean más exigentes, concededores de sus derechos y de cómo hacerlos valer.

6.2 Ventajas de ser un establecimiento amigable con las personas mayores

A priori, será un mejor comercio, reconocido en el barrio por ser un espacio accesible donde además sus trabajadores comprendan y aceptan la singularidad de todos los clientes, y donde se disfrute de un servicio que reconoce esta singularidad y proporciona un trato individualizado. Más cálido y memorable. Como bien entenderás, todo ello, son activos que aunque intangibles, consiguen consumidores satisfechos y

felices, y por lo tanto, más constantes y leales. ¿No es eso lo que quiere un profesional como tú para su negocio?

Ser un establecimiento amigable te va a posibilitar ser un agente aún más activo en tu comunidad. Porque haciendo la vida más fácil a personas como tú, como tu padre o tu abuela, favoreciendo que los vecinos más mayores puedan continuar viviendo en él, hacemos el tejido económico y social del barrio más fuerte y más vivo.

Dentro de esta política de atención valiosa a las personas mayores de la ciudad de Madrid, el Ayuntamiento dispone de una serie de instrumentos y recursos para ayudarte a desarrollar la amigabilidad de tu negocio. Toda esta información puede ser consultada por todos los canales institucionales posibles, o bien de manera presencial en las oficinas de Línea Madrid o incluso, a través de la web municipal y sus teléfonos de atención a la ciudadanía.

Es interesante que sepas que en un futuro próximo se contempla la posibilidad de otorgar un sello de *Establecimiento Amigable* a todos los empresarios que quieran adherirse a este movimiento de promoción de la cultura de los buenos tratos a las personas mayores en los comercios de los que sois responsables. Desde el Ayuntamiento seguimos trabajando para tejer esta red.

6.3 Aspectos a considerar para ser un establecimiento amigable

El factor humano: de persona a persona

Uno de los aspectos más importantes que los consumidores más mayores consideran valioso es la calidad de la relación con los gerentes del comercio o los profesionales que los atienden.

Existen una serie de características básicas que facilitan el ofrecimiento de una mejor atención al cliente, y todas son de sentido común (“no siempre el más común de los sentidos” como dijo el madrileño don Ramón Gómez de la Serna): amabilidad; cercanía; respeto; capacidad para comunicarse con el cliente adaptándose a su ritmo, con un lenguaje claro y capacidades para comprender lo que expresa, le preocupa o necesita. Otros aspectos igualmente importantes son la discreción, la paciencia, el agradecimiento, la diligencia o la empatía.

¡Recuerda que no hay segundas oportunidades para una buena primera impresión!

Además de las anteriores de carácter general, será importante que los empleados del establecimiento dispongan de tiempo y herramientas de formación para comprender y atender, con calidad y calidez, a personas que por cualquier circunstancia o enfermedad tengan más dificultades, o bien por tener cierto deterioro cognitivo, movimientos más lentos, problemas para comprender nuestro idioma o para expresarse con claridad.

Las siguientes indicaciones te ayudaran a mejorar el trato en el servicio que ofrezcas a tu cliente mayor:

- Dirígete con amabilidad y claridad al interlocutor. Respetuosamente, manteniendo las normas habituales de cortesía.
- Adáptate al cliente, con paciencia y sin prisas.
- Evita siempre un trato demasiado familiar o usar frases excesivamente entrañables que puedan derivar en una comunicación infantilizada.
- Cuida que las conversaciones sean privadas y que no se enteren otras personas o clientes, si la persona así lo requiere.
- Identifica y responde a las personas mayores con necesidades especiales aunque tengan depresión, Alzheimer, ceguera o hemiplejía.
- Conoce cómo actuar en situaciones especiales, poco frecuentes o de emergencia (como puede ser que la persona esté desorientada, que no se encuentre bien físicamente, que necesita usar el aseo, que se ha golpeado o sufrido una caída) o en conflictos como discusiones, robos o peleas.

Accesibilidad, comodidad, visibilidad y seguridad

Cuando hablamos de amigabilidad de los comercios necesariamente hay que prestar atención al espacio físico para mejorar su accesibilidad, comodidad, visibilidad y seguridad. Todo esto no tiene por qué ser costoso y sin embargo siempre es beneficioso para todos.

La sociedad, en general, tiene el deber de facilitar la accesibilidad al medio de todos los ciudadanos y especialmente aquellos que dispongan de un establecimiento público. Por otra parte, huelga decir que los poderes públicos deberán garantizar que así sea, con el fin de favorecer la calidad de vida de todas las personas, incluidas todas aquellas que presentan más dificultades por su movilidad, capacidad cognitiva o diversidad sensorial.

A continuación te ofrecemos una serie de preguntas que te ayudaran a reflexionar acerca de cómo es tu establecimiento amigable desde el punto de vista del entorno físico:

En relación a la llegada del cliente: ¿Sabes si existe un parking público o parada de transporte público en las cercanías? ¿Están los bordillos rebajados para facilitar el acceso a la acera? ¿Están las aceras limpias y despejadas, por obras en la vía pública, ocasionadas por inclemencias climatológicas o incluso por elementos dispuestos por tu propio negocio?

En relación al acceso al local: ¿La entrada dispone de rampa de acceso -de obra o portátil? ¿Te parece que las puertas son sencillas de abrir? ¿Los sensores de las puertas automáticas funcionan correctamente? ¿Existen pasamanos o asideros a la entrada? ¿El espacio es suficiente como para moverse con facilidad las personas que acudan con silla de ruedas, andadores y carritos de la compra o de niños? ¿El pavimento es seguro? ¿Es antideslizante?

Y en relación a la experiencia en tu establecimiento: ¿Sabes si la altura¹ del mostrador es funcional y se adapta al estándar propuesto para mejorar la accesibilidad? ¿Existen alfombras y están bien sujetas al suelo? ¿Hay asientos disponibles para los tiempos de espera? ¿La iluminación es suficiente, amable e idónea para evitar deslumbramientos? ¿La temperatura interior es agradable? ¿Los escalones están debidamente identificados? ¿Las señales en el establecimiento son legibles, comprensibles y bien visibles? ¿Son así las etiquetas de los envases y los precios de los productos? ¿De haber hilo sonoro es estridente o suave? ¿Existen cestas ligeras y carros cómodos para su uso en el interior? ¿Disponen de gafas de aumento para la lectura de la carta de un bar, por ejemplo? ¿Cuenta tu establecimiento con aseos a disposición de los clientes? ¿Hay disponible, un vaso, una jarra, una fuente para beber agua?

Algunas buenas prácticas serían disponer de:

- Aseo a disposición del cliente.
- Asientos disponibles para los tiempos de espera.
- Apoyo en la carga de bolsas/paquetes.
- Probadores cómodos, con asientos, y accesibles.

¹ Un mostrador accesible tendrá dos alturas o dos zonas distintas de atención al visitante: una parte a la altura usual (110cm) para atender a quienes prefieran permanecer de pie, y otra parte a una altura entre 75-85cm, accesible a usuarios de silla de ruedas.

- Menús diversos (para personas con diabetes, alérgicas, intolerantes al gluten o a la lactosa, o dieta vegetariana y/o vegana).
- Teléfono del local para el uso del cliente ante una situación imprevista o de emergencia.
- Servicio de entrega a domicilio.
- Botiquín básico.
- Políticas de descuentos o rebajas en el precio de los servicios y/o productos para las personas mayores.

Información y comunicación

Todos sabemos lo importante que para las personas es disponer de la información que necesitamos en relación a los servicios o productos que vamos a consumir. Para ello, y sabiendo que con la edad perdemos agudeza visual u otras destrezas funcionales, es importante revisar y valorar si nuestro comercio facilita en todo lo posible que las personas puedan informarse o relacionarse de manera eficiente mientras están en el mismo.

Para ello aquí van una serie de recomendaciones:

1. Favorecer la comunicación/conversación:
 - Evitando ruidos molestos o reduciéndolos con materiales que mejoren el acondicionamiento acústico (aislamiento y absorción).
 - Valorando el impacto de la música o del sistema de megafonía para la comunicación y las conversaciones en su establecimiento. Si opta por su uso, tenga un volumen adecuado, no muy alto.
2. Informar de forma adecuada:
 - Disponiendo de carteles que puedan leerse bien, anuncios con apoyo de imágenes o dibujos, etc., en un código comprensible por todos.
 - Rotulando los textos (de estantes con precios, etiquetas...) con letras grandes y bien contrastadas del fondo. Por ejemplo, texto en color oscuro sobre fondo claro. Fuente única SansSerif (de palo sencillo), evitando las cursivas y con un tamaño de letra 12 o 14, según los casos.

- Proporcionando además, material Impreso (folletos, dossieres...) de fácil lectura (diseño de letra, tamaño, fondo...) Prueba previamente antes de la impresión del material.
- En la medida de lo posible, contado con productos de apoyo para establecer una comunicación aumentativa o alternativa, con personal formado en interpretación de lengua de signos o un desarrollo del sistema braille para los productos y la señalética.
- Ofreciendo la tecnología como un aliado para la información y la comunicación con el cliente, pero sin obligarle a su uso (ofrecer varias alternativas a la elección del cliente mayor).

Un establecimiento orientado a la satisfacción y el buen trato a cada persona

En un comercio amigable, al fin y al cabo, lo que pretendemos es estar más cerca de las personas que ya son o queremos que sean nuestros clientes. Es estar lo más orientados a ofrecer situaciones satisfactorias y agradables en nuestro establecimiento, lo que implica que los clientes perciban un trato de respeto, buenas maneras y consideración.

Existen un montón de medidas para mejorar tu experiencia de atención directa en tu establecimiento desde la globalidad del servicio. Te sugerimos algunas de ellas: Facilita la comunicación y las compras por teléfono, identifica de forma sencilla a los clientes habituales con su nombre y sus preferencias de consumo, facilita compras por internet (accesibilidad y sencillez en el uso de la página web), proporciona ayuda en la zona de cajas de autopago, ofrece servicio a domicilio gratuito o muy económico, crea un despacho de atención al cliente para escuchar sus propuestas de mejora y recoger las reclamaciones, etc. Así mismo, contempla la importancia en la diversificación y especialización de los productos de tu comercio para llegar a todas las necesidades de los consumidores: tamaños de los envases, porciones pequeñas, productos que sean verdaderamente fáciles, productos para personas con intolerancias, alergia o diabetes, etc.

Y si hablamos de amistades, no podemos dejar de hablar de las mascotas queridas de las personas mayores. ¿Qué te parece esta frase?: Si eres amigable con mi mascota, también lo eres conmigo.

Aunque la idea resulta en principio atrayente, no es tan sencillo. Lo primero de todo es conocer la legislación al respecto, por ello, aquí van algunos datos importantes. La ley prohíbe expresamente “la entrada de perros en toda clase de locales destinados a la fabricación, venta, almacenamiento, transporte o manipulación de alimentos” y por lo

tanto han de quedarse fuera de estas instalaciones. Existe prohibición también de los mercados, excepto los perros guía de personas invidentes que deben transitar por el espacio con el mayor cuidado y esmero. (Art. 13 de la Ordenanza Reguladora de la Tenencia y Protección de los Animales 26/07/2001).

Sin embargo, en otros establecimientos como una tintorería, estancos, peluquerías,... el acceso a los animales de compañía esa sujeto al criterio del responsable. ¿Crees que alguno de tus clientes podría beneficiarse de poder estar en el tuyo con su amigo más fiel? ¿Crees que otros clientes pueden verse perjudicados o molestos por ello? Es posible que si dieras la bienvenida a los mejores amigos de los clientes más mayores de tu establecimiento, tu servicio se distinguiría y fuera más amigable... Piénsatelo.

Si tu negocio realiza actividades con una misión de responsabilidad social, puedes contar con la participación generosa y voluntaria de personas mayores, en campañas como “operación kilo”, recaudaciones con fines sociales, eventos en favor de la comunidad...

Por último, pero no menos importante, debes saber actuar ante cualquier apuro o conflicto. Así, si te enfrentas ante una situación imprevista: que una persona se caiga, que se encuentre mal o tenga un ataque de pánico, actúa con tranquilidad y recurre a ayuda sanitaria lo antes posible. La serenidad proporcionada a la persona y la urgencia con la que reacciones facilitará la mejor resolución de la situación. Recuerda que en Madrid, ante cualquier emergencia hay que llamar al teléfono gratuito 112.

Si, además, quieres dar un paso más allá y buscar la excelencia en esta amigabilidad de la que estamos hablando te proponemos un plan más ambicioso y más comprometido:

1) Conocer qué opinan y valoran tus clientes mayores

- ¿Sabes lo que opinan de tu establecimiento? ¿Qué echan de menos? ¿Qué les gustaría encontrar que no tiene ahora?
- ¿Qué es lo que mejor valoran en el trato de su personal? ¿Y lo que menos?

2) Conocer el grado de amigabilidad de tu comercio o servicio

- Identifica, gracias a las recomendaciones y al *cuestionario de comprobación de amigabilidad* cómo se encuentra tu establecimiento en relación a los diferentes elementos o las situaciones relacionadas con la amigabilidad con las personas mayores.

3) Elaborar un plan para mejorar la amigabilidad de tu establecimiento

- Piensa y valora por dónde puedes empezar. Te recomendamos que comiences por lo más sencillo de aplicar o por aquello que proporcione mejores resultados en la experiencia de tus clientes mayores.

4) Desarrollar tu plan de mejora de amigabilidad

- ¿Necesitas de algún apoyo técnico por parte de los profesionales del Ayuntamiento? No te preocupes, cuentas con el apoyo de profesionales en la materia.

5) Valorar los resultados de este plan de amigabilidad desarrollado y preguntándote cómo puede continuar mejorando

- ¿Ha supuesto mucho costo económico o de recursos humanos su desarrollo?
- ¿Qué mejoras se han realizado y se han valorado positivamente (dicho por los clientes u observado por el personal)?
- ¿Por dónde podrías seguir mejorando?
- ¿Cómo continuar implicando a tu personal?

6.4 Amigabilidad atendiendo a la diversidad de las personas mayores

Como ya indicábamos en la introducción, personalizar cada relación, contemplando la singularidad de cada persona y respetando la diversidad, siempre genera vínculos fuertes y valiosos entre las personas.

Una atención que contempla y busca dar una respuesta a la singularidad y a la enorme heterogeneidad que existe en una ciudad como Madrid, es una gran oportunidad. Esta heterogeneidad, que puede ser generacional, cultural, étnica, sexual, funcional, religiosa, lingüística... es a priori, sin duda, un reto; pero es también una oportunidad para conquistar el corazón y el bolsillo de los clientes. Si logras que éstos se sientan cómodos y valiosos, vas por el buen camino.

En Madrid se estima que un importante número de vecinos pueden presentar algún tipo de diversidad funcional (física, intelectual o sensorial), es decir que tengan capacidades

diferentes a las de la mayoría para su vida cotidiana. Esto es absolutamente normal, tanto por la enorme variabilidad de personas que convivimos en esta ciudad, como por el hecho de que en un momento dado, cualquiera de nosotros puede verse con dificultades de este tipo. Y sea por la causa que sea (genética, de una enfermedad, accidente o lesión, etc.) ninguno de nosotros queremos renunciar a disfrutar de nuestra vida en nuestra ciudad. ¿Verdad?

Queremos hacer una ciudad para todos sus habitantes en la que podamos disfrutar desde ya y en el futuro.

Igual que tu negocio no puede disponer de una talla única o un estricto menú, así debes entender que en la medida de lo posible, muchas veces será tu servicio el que tendrá que adaptarse a estas diversidades, así como a las preferencias y necesidades de cada cliente, incluidos los más mayores.

Veamos a continuación algunas ideas que pueden ayudarnos a conocer, comprender y atender a aquellos clientes mayores que pueden presentar estas particularidades o diversidades.

Amigables con los adultos mayores en situación de discapacidad física

Seguramente te habrás fijado que algunos vecinos mayores tienen una forma de caminar más lenta o una marcha más inestable o que les cuesta subir y bajar las escaleras. Otros pueden utilizar algún tipo de bastón, y cada vez más, veremos más personas que utilizan andadores o sillas de ruedas para desplazarse por la ciudad. Todas estas personas presentan una dificultad para desenvolverse e interactuar con el entorno, lo que termina generando más aislamiento y soledad.

Quizá notes la ausencia de algún cliente mayor que acostumbraba ir a tu negocio. Puede ser por varios motivos: puede haber fallecido, puede que ya no necesite tus servicios o puede que tu negocio no se adapte a las demandas de su nueva condición funcional o de mayor con fragilidad. Sabemos que las condiciones de los lugares por donde se desenvuelven las personas influyen mucho en su seguridad. En la medida de lo posible, valora adaptar tu establecimiento para ofrecer el mayor confort a estas personas y será otro motivo para retener a tus clientes de más edad. Elimina las barreras físicas para evitar caídas y males mayores.

Anteriormente ya hemos abordado aspectos concretos que mejoran la accesibilidad, comodidad y seguridad del entorno físico. Dada su importancia, queremos recordar las

ideas más importantes que van a hacer más amigable cualquier establecimiento, especialmente a las personas con diversidad funcional:

- Evitar barreras arquitectónicas tanto en el acceso al inmueble, como la movilidad interior: sustituir las escaleras de acceso por rampas utilizables por personas que usen sillas de ruedas. Proveer de ascensores para la movilidad vertical.
- Comprobar la comodidad y seguridad de las puertas de acceso para personas con movilidad reducida.
- Asegurar la existencia de espacios que permitan la movilidad de las personas en sillas de ruedas en aseos, probadores, salas de espera.

Amigables con los adultos mayores con deterioro intelectual o cognitivo

Sin entrar en las causas que originan este tipo de discapacidad o diversidad intelectual, estate alerta para identificar qué personas se encuentran en estas circunstancias y saber atenderlas de forma correcta y respetuosa o educada.

En relación a la amigabilidad, lo más importante es querer y saber cómo ayudarles a utilizar todas sus potencialidades personales para favorecer una experiencia gratificante y positiva de sí mismos a pesar de la dificultad.

Si bien hay muchas posibles causas de la diversidad cognitiva o intelectual en las personas mayores, la demencia es, sin duda, la más frecuente. Es por ello, que consideramos necesario aclarar algunas ideas que aún no son bien conocidas por la población general. Comprenderles mejor para servirles.

La demencia afecta a cada persona de manera diferente: dependiendo del impacto de la enfermedad y de sus características, de las habilidades y personalidad del sujeto antes de empezar a padecerla, del momento de desarrollo de la enfermedad; es decir, que no hay dos personas con demencia iguales.

En tu relación diaria puedes encontrarte despachando a personas con demencia en etapas iniciales y quizá no les acompañe nadie. Como la evolución de esta enfermedad es lenta, es fácil que pase desapercibida para la propia persona o para su entorno.

A continuación te ayudamos a identificar estos posibles casos:

- Tener olvidos, fallos de memoria.
- Tener despistes, perder la noción del tiempo.
- Tener errores al pagar o manejar el dinero.
- Perderse o desorientarse en lugares conocidos.

Si ello le sucede a un cliente habitual te será mucho más fácil atender estas dificultades. Y si no lo es, tendremos que saber estar alertos si observamos estos comportamientos para identificar cómo y cuánto debemos ayudar a la persona. Tan malo es ser indiferente como pasarte de sobreprotección. Vigila las formas, para que esta relación comercial y amigable se haga desde el respeto y la comprensión, evitando siempre que la persona se sienta mal.

En una etapa más avanzada de la enfermedad, podrás observar los siguientes comportamientos:

- Olvidos frecuentes, no saber a qué venía, qué quería comprar, dónde está...
- Dificultad para expresarse y comunicarse con fluidez: no le sale la palabra correcta, mezcla ideas...
- Comportamiento o comentarios inadecuados, mayor impaciencia, irritabilidad o tal vez apatía...
- Grandes dificultades para manejar el dinero y pagar.

Pueden entrar en tu establecimiento personas acompañadas por la persona encargada de sus cuidados. O que vayan acompañados por sus compañeros de la residencia o centros de día del barrio, dentro de un programa de participación en el entorno. Este tipo de visitas son muy valiosas para la persona mayor pues le devuelve a la normalidad, a lo que hace otra persona de su entorno y edad que no tiene esas dificultades.

A continuación, presentamos algunas recomendaciones importantes, en general válidas para relacionarse con cualquier persona con estas dificultades. Lo primero y más importante es mostrar una actitud positiva, cordial, tranquila y más concretamente, prestaremos atención en:

- Acercarte a la persona, situándote frente a ella y mirándola a los ojos, pues así le demostraremos que estamos atentos, tratando de ayudarla y también, respetándola.

- Trata de conocer su nombre de pila, así como el de su cuidador o familiar. Utilízalos.
- Trata a la persona con sencillez y naturalidad: usando un tono de voz amable, sin reproches y con paciencia, dándole información clara y de forma sencilla, eligiendo decir lo importante, pero teniendo cuidado con no infantilizar la relación.

Y, ¿sabrías cómo actuar en el caso de que tu cliente se encuentre desorientado o confuso? Primero pregúntale si le parece bien que contactemos con alguna persona de su confianza y ofrécele localizarles por teléfono. Si estuviera muy desorientado y no supiéramos a quién llamar, llamaremos al teléfono 112 donde expondremos la situación y ellos enviarán a los profesionales que consideren oportunos.

Amigables con los adultos mayores con disfunción sensorial

La diversidad sensorial puede ser una característica de tus clientes, y son la vista y el oído, los sentidos que suelen tener más afectados las personas mayores. En relación a las personas con disminución de su función visual, lo más habitual es que tengan limitado su campo y agudeza visual o que tengan mayores dificultades para percibir el color y el contraste. Por ello hemos añadido propuestas para mejorar la iluminación, el confort, la seguridad y el acceso a la información en tu establecimiento y así, facilitarles la experiencia.

También es muy frecuente que las personas mayores padezcan de sordera, esto implica una mayor dificultad en la comunicación en ambientes ruidosos. Considerando lo anterior, valora si tu negocio cumple con estos estándares de calidad en este aspecto.

Ofrecer un entorno físico seguro y que facilite la orientación y la experiencia de las personas con alguna diversidad sensorial, es clave y para ello considera los siguientes aspectos:

- Asegúrate de que haya una adecuada y suficiente iluminación del espacio.
- Si existen escalones, deben estar bien identificados.
- Todos los textos (cartelería, menús, precios, etc.) serán de un tamaño considerable. Ofrece gafas de aumento o lupas.
- Comprueba que el hilo musical es suave y no dificulta la comunicación de los clientes.

Incorpora medidas que posibiliten la relación comercial pero también la interpersonal para que se establezcan relaciones que satisfagan a ambas partes.

Todo lo expuesto anteriormente acerca de las especiales necesidades de ciertos grupos de personas mayores no puede llevarnos a creer que la gran mayoría de las personas mayores precisan estas medidas. No, no debemos confundirnos. Tan malo es pensar que nadie las necesita como que todas lo hacen. Esta es la realidad, tenemos que aprender a comprender y actuar ante esta gran heterogeneidad de clientes mayores.

Ser responsable de un establecimiento amigable es acoger la diversidad, ofreciendo un trato humano, comprensivo y solidario. Un servicio respetuoso, sereno y amable, marca la diferencia y genera riqueza. Los profesionales que atienden el comercio deben conocer las peculiaridades de la población mayor y respetar sus derechos como consumidores.

6.5 Revisando cómo es mi establecimiento de amigable

| Cuestionario de comprobación de la amigabilidad de tu negocio | SI | NO |
|---|----|----|
| ¿Es accesible tu establecimiento? | | |
| ¿Tiene sillas de ruedas, bastones o muletas a disposición de los clientes? | | |
| ¿Pueden contar con apoyo de personal formado para acceder y moverse en su interior? | | |
| ¿Dispone de áreas de descanso o asientos disponibles? | | |
| ¿El material escrito (etiquetas, folletos, menús...) es legible, comprensible y claro? | | |
| ¿Hay baño público a disposición de los clientes? | | |
| De haber ambientación musical, ¿es suave y agradable? | | |
| ¿La iluminación es adecuada y no produce deslumbramientos? | | |
| ¿La oferta de productos o servicios que ofrece tu negocio, atiende y entiende la diversidad de necesidades, características, dietas o personalidades de los clientes? | | |
| ¿Existen descuentos específicos para las personas mayores? | | |
| ¿Se pueden hacer pedidos por teléfono? | | |
| ¿Conoces las particularidades de atender a una persona con movilidad reducida? | | |
| ¿Conoces las particularidades de atender a una persona con diversidad cognitiva? | | |
| ¿Dispones de teléfonos de ayuda sociosanitaria o de personal de seguridad para | | |

| | | |
|---|-----------|-----------|
| atender situaciones de desconcierto o emergencia? | | |
| Cuestionario para los clientes mayores | SI | NO |
| ¿Le ha sido fácil el acceso y cómodo el lugar? | | |
| ¿Ha encontrado aquello que venía buscando? | | |
| ¿Le ofrecieron información adecuada, ayuda a Sus inquietudes o alternativas de consumo si hubiese sido necesaria? | | |
| ¿El personal que le atendió ha sido correcto, amable u honesto? | | |
| ¿Considera que el trato recibido ha sido cálido y solícito? | | |
| ¿Recomendaría este establecimiento a otras personas de su edad o semejante? | | |

FUENTES CONSULTADAS

- Ayuntamiento de Madrid (2015). Madrid Ciudad Amigable. Informe Diagnostico.
- Ayuntamiento de Madrid (2016). Madrid Ciudad Amigable Plan de Acción 2017-19.
- Ayuntamiento de Madrid (2017). Grupo de discusión edadismo y discriminación por edad. Diseño metodológico. Documento de trabajo SIGNADOS 06/12/2017.
- CEAPAT (2010). Comunicación Aumentativa y Alternativa. Guía de referencia.
- CERMI. Documento 1/2017 de normas de estilo de expresión y comunicación del CERMI estatal.
- Comercio Amigable con las Personas Mayores.
<http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/mayores/comercio-amigable.htm>.
- Guía de amigabilidad para establecimientos. Comercio y Restauración.
<http://euskadilagunkoia.net/es/lagunsarea/establecimiento-amigo>
- Japan Government-Cabinet Office (2012). Aging society annual report 2012. Section 4-Creating an environment in which elderly persons can thrive. Available:
<http://www8.cao.go.jp/kourei/english/annualreport/2012/pdf/1-4.pdf>
- Murata H. (2010). From “Age-friendly” Cities to “Aging-friendly” Cities: Japanese Experience. Age-friendly Cities Regional Conference, 2010.
<http://www.socsc.hku.hk/afccp/ppt/MURATA%20Hiroyuki.pdf>
- World Health Organization (2007). Checklist of Essential Features of Age-friendly Cities.
http://www.who.int/ageing/publications/Age_friendly_cities_checklist.pdf
- World Health Organization (2007). Global Age-Friendly Cities: A Guide.
http://www.who.int/ageing/publications/Global_age_friendly_cities_Guide_English.pdf
- Age Friendly Ireland. A Directory of Age Friendly Practices. Ireland’s Age Friendly Cities and Counties Programme.
<http://agefriendlyireland.ie/wp-content/uploads/2016/11/AFI-Directory-of-Age-Friendly-Practices.pdf>.

7. Amigabilidad en comercio de gran superficie

Antes de entrar en materia, esta guía entiende como grandes superficies aquellos espacios donde una gran multitud se congrega con el interés de asistir a algún espectáculo, acontecimiento deportivo o bien, a consumir algún producto o servicio. Así nos encontramos: teatros, cines, museos, auditorios o bibliotecas; estadios o instalaciones deportivas, pero también, galerías y centros comerciales o recintos feriales.

Si trabaja en algún equipamiento con estas características y quieres ser un espacio amigable con las personas adultas mayores, la siguiente información le ayudará a optimizar la experiencia que presta a sus usuarios o clientes con el interés de generar relaciones satisfactorias y longevas en el tiempo.

Cuando hablamos de un establecimiento amigable nos referimos a lugares que saben dar un trato y servicio adaptado a las personas. En el caso de las personas mayores, la amigabilidad tiene que concretarse en detalles pequeños pero que resultan imprescindibles para algo muy importante: que no se produzca un rechazo ni una discriminación hacia los usuarios más mayores. Es lo que llamamos, el edadismo. Una discriminación, invisible muchas veces, que afecta a las personas por el simple hecho de cumplir años. Y además, se da en todos los entornos y a nivel internacional. Todos, sin excepción, lo sufriremos en algún momento y para combatirla necesitamos de tu apoyo y compromiso.

Madrid, una ciudad abierta al mundo, no puede cerrarse a la edad.

La verdad, es que lo que vamos a exponer aquí es un plan de una gran magnitud, tanto como el espacio del que eres responsable o en el que trabajas. Se trata de un proyecto ideado desde la Dirección General de Personas Mayores y Servicios Sociales del ayuntamiento de Madrid, bueno para todas las personas, de todas las edades y de todas las habilidades, y con impacto en las generaciones venideras. Éste es el principio del diseño y la accesibilidad universal, que busca dar respuestas a todas las personas, respetando la enorme diversidad que existe en nuestra ciudad. Ésta es la visión que inspira esta guía.

Para este reto necesitamos contar con la ilusión y el compromiso de cada uno de vosotros, desde sus encargados hasta cada uno de los profesionales que humanizan estos grandes establecimientos. A partir de ahora seremos un equipo con un mismo objetivo y por ello, nos permitiremos tutearte, sobre todo porque queremos que la

cercanía sea el elemento para establecer esta amistad. Respeto y cercanía, cualidades clave para la amigabilidad.

*Madrid amiga con las personas mayores y entre nosotros. Ayuntamiento y ciudadanía.
¡Verás cómo lo conseguimos!*

7.1 Introducción

Las altas cifras de esperanza de vida es uno de los hechos más fabulosos de la contemporaneidad, ya que supone la democracia de la vida larga a escala global. Ahora bien, se nos plantean algunas preguntas: ¿Cuál es el futuro deseable para una población notablemente mayor? ¿Qué papel queremos tener en este cambio de paradigma donde el servicio se adapte al cliente y no al revés?

La visión emergente de esta realidad se debería centrar en el análisis de los criterios y preferencias de los usuarios mayores en relación a su experiencia en vuestros establecimientos.

Grandes en su extensión, pero esmerados en lo pequeño.

El Gobierno Municipal es consciente de esta realidad, donde más del 20% por ciento son personas mayores, y ya en el plan de amigabilidad plantea directrices para reconocer la diversidad, proteger a los más vulnerables, promover su inclusión y que éstas contribuyan en todos los ámbitos comunitarios incluidos los que surgen en la relación proveedor/cliente. De la misma manera, en este documento, se insta a respetar sus decisiones y elecciones de estilo de vida; así como anticipar y responder con flexibilidad a las necesidades y preferencias relacionadas con el envejecimiento, propio y ajeno.

Es una obviedad, pero todos somos personas y así, los que acumulan muchos años siguen siendo consumidores o usuarios como lo han sido siempre. Por otra parte, sobra decir que la mayoría de los ciudadanos mayores no necesitan nada especial, aunque sí es comprensible que esperen un trato humano, y como es notorio, se lo merecen y nos lo merecemos. ¿Alguien se atreve a cuestionar todo lo anterior?

Y en esta heterogeneidad de ciudadanos que comentábamos al principio, que engloban el grupo de personas mayores, también existe una minoría que precisan entornos de apoyo para compensar los cambios físicos, cognitivos y sociales asociados con frecuencia al envejecimiento. Especialmente quienes tienen más de 80 años en los que es frecuente que presenten algunas dificultades de movilidad, alguna disminución de

sus sentidos (por ejemplo, de la visión o la audición) o ciertos problemas de comprensión. Con ellas y con ellos, debemos tener una especial sensibilidad y una mayor implicación. Lo primero que necesitaremos es saber identificar las peculiaridades de la persona para poder así acomodar nuestro servicio a ella, tanto durante su estancia en nuestro establecimiento, como después con el servicio postventa.

En ocasiones, podrás encontrarte con situaciones asociadas a la soledad que muchas de estas personas viven. Un sentimiento que, si bien es personal, en muchísimas ocasiones no es deseado. Ciudadanos, especialmente mujeres que pueden acudir a tu lugar de trabajo esperando que alguien les escuche y atienda sus inquietudes. Ser sensibles a esta realidad de la vida de las personas, que a menudo no vemos, es muy oportuno para generar relaciones de buen trato y amigabilidad con las personas mayores.

Espacios como en el que trabajas son un importante eje económico y social, vertebrador de nuestra ciudad, que además de crear riqueza y empleo, ofrece servicios que permiten satisfacer con comodidad y flexibilidad las necesidades de bienes y productos de sus vecinos, y hacerla así, más habitable. Además, en base a los bienes o servicios proporcionados- ya sean éstos de carácter comercial, deportivo, cultural, de ocio, etc. y a las relaciones que en estos lugares se generan, los ciudadanos más mayores pueden seguir siendo protagonistas activos del tejido sociocultural y económico de la ciudad.

Como el resto de la población, las personas mayores siguen consumiendo y exigen, porque no se jubilan de sus derechos ni de sus necesidades y placeres consumistas.

Tener alguna responsabilidad en un espacio amigable con las personas mayores y por ende, ser un profesional capaz de entender y atender la diversidad, además de satisfactorio es una oportunidad de mantener y tal vez, de generar más empleo y prosperidad. Para ello, tienes que saber ofrecer un servicio personalizado y significativo y ello implica también tener precaución y evitar tratar a una persona mayor como alguien con limitaciones cuando no las tiene. Esto es totalmente inadecuado y además como es lógico, puede resultarle ofensivo, humillante o paternalista. A que a ti tampoco te gustaría que te trataran así, ¿verdad? Pues por ello tenemos que evitarlo y enseñar a las personas de nuestro entorno laboral a que tengan especial cuidado para evitar estas situaciones.

Los comportamientos paternalistas, bajo la idea de que por ser mayor las personas tienen menos capacidades y necesitan la protección como si fuese una relación padre/madre e hijo, incluso con la mejor intención, causan daño a las personas pues las minusvalora y humilla, y ello dificulta que se sigan sintiendo personas adultas. Tú -vosotros-, desde vuestro lugar de trabajo e influencia, podéis ayudar mucho a que los

visitantes o clientes más mayores continúen sintiéndose felices y orgullosos de los años que tienen. ¿Te animas a diferenciarte de otros espacios que dispensan un trato insípido y despersonalizado?

También es importante ser consciente que algunas personas mayores, sobre todo aquellas que tienen muchos años pueden sentirse más frágiles o vulnerables y por ello pueden encontrar menos amigables los grandes establecimientos.

Sin duda las largas y laberínticas distancias a recorrer asociadas a la dificultad de no encontrar fácilmente “vías de solución” a situaciones frecuentes como cansarse y querer parar a descansar, o necesitar salir del establecimiento o ir al aseo, son situaciones que influyen en algunas personas para sentirse incómodas. Estos espacios congregan a multitudes y esto puede generar cierta inseguridad física por miedo a que te empujen y puedas caerte. Además, esta desagradable situación puede agravarse cuando hay mucho barullo o temes no encontrar a alguien que te asista. Todo ello dificulta la percepción de control y seguridad, algo imprescindible para estar a gusto.

Cada vez que ignoramos cómo pueden sentirse estas personas o les proporcionamos un trato rutinario o mediocre, estamos perdiendo una oportunidad para mejorar su experiencia en el establecimiento. Y, además, podemos estar perdiendo la fidelidad depositada de antiguos usuarios o no ganar otros clientes potenciales, y ello puede ser aprovechado por otros establecimientos de la competencia.

La amigabilidad te ayuda a conocer a tus clientes, entender sus peculiaridades y darles apoyo con un servicio que asegure su satisfacción y el éxito de tu negocio o entidad.

Amigabilidad con las personas adultas mayores

COMO LA VIDA MISMA 1º.

Todos los lunes y miércoles, Juani y otras 30 personas se reúnen en la biblioteca donde tienen un club de lectura. Con esa excusa se ponen al día, se arreglan y comparten las novedades de la agenda de cultural de Madrid. La directora de la Biblioteca les ha ofreció lugar para que se encuentren y además, ésta que conoce el valor y la potencialidad de la acción voluntaria de estos adultos mayores, les propone actividades para el fomento de la lectura entre los usuarios más pequeños. En otras ocasiones, son ellas las que se inventan actividades relacionados con días singulares o eventos en paralelo a la Feria del Libro que todos los años se realiza en el Parque de El Retiro.

COMO LA VIDA MISMA 2°.

Pedro tiene que comprar los regalos de Navidad para sus nietos. Normalmente lo hace presencialmente pero como ha sido operado de la rodilla hace un mes, está valorando hacer la compra "en línea". Al final, se decide por esa opción, pero para estar más seguro decide llamar al teléfono de atención al cliente. El profesional encargado, con claridad y amabilidad le disipa todas sus dudas y además anota todas las inquietudes para mejorar el servicio para personas como Pedro.

A partir de estos sencillos casos, vemos la oportunidad que un trato personalizado y diferencial de atender a las personas mayores no sólo es bueno para ellos, sino que estas personas son fuente de información y recursos que hacen de nuestra entidad un lugar amable e inteligente y capaz de seguir mejorando.

Un espacio amigable con las personas mayores debe facilitar experiencias positivas, oportunidades para que quienes acuden puedan continuar decidiendo, disfrutando, invitando y consumiendo como quieran. Esto es lo que deseamos: establecer intercambios amables donde todos ganemos.

Afortunadamente, los derechos de los consumidores (como el de disponer de información correcta, el de reparación de daños y perjuicios sufridos o el de protección administrativa y técnica entre muchos otros), están ya protegidos y reconocidos por ley. El usuario sénior, como cualquier otro, posee la legitimidad para reivindicar sus derechos. Reconocerlo y promoverlo es buen trato hacia las personas, independientemente de su edad.

7.2 Ventajas de ser un espacio amigable

A priori, será un mejor lugar, reconocido en la ciudad por ser un espacio accesible y amable donde además sus trabajadores comprenden y aceptan la singularidad de todos los usuarios, y donde se disfruta de un servicio que reconoce esta singularidad y proporciona un trato individualizado. Más cálido y memorable.

Como bien entenderás, todo ello, son activos que, aunque intangibles, consiguen consumidores satisfechos y felices, y por lo tanto, más constantes y leales. ¿No es eso lo que quiere tu centro? ¿No es lo que quiere un profesional como tú?

Por otro lado, tu establecimiento será un agente activo para hacer un Madrid mejor que haga la vida más fácil a personas como tú, como tu padre o tu abuela.

Dentro de esta política de atención valiosa a las personas mayores de la ciudad de Madrid, el Ayuntamiento dispone de una serie de instrumentos y recursos para ayudarte a desarrollar la amigabilidad de tu espacio. Toda esta información puede ser consultada por todos los canales posibles, o bien de manera presencial en las oficinas de Línea Madrid o incluso, a través de la web municipal y sus teléfonos de atención al ciudadano.

En un futuro próximo se contempla la posibilidad de otorgar un sello de Establecimiento Amigable a todas las entidades que quieran adherirse a este movimiento de promoción de la cultura de los buenos tratos a las personas mayores en los comercios de los que sois responsables. Desde el Ayuntamiento seguimos trabajando para tejer esta red.

7.3 Aspectos a considerar para ser un entorno amigable

El factor humano: de persona a persona

Uno de los aspectos más importantes que los usuarios o consumidores consideramos más valioso es la calidad de la relación de los profesionales que nos atienden.

Existen una serie de características básicas que facilitan el ofrecimiento de una mejor atención al cliente, y todas son de sentido común (“no siempre el más común de los sentidos” como dijo el madrileño don Ramón Gómez de la Serna): amabilidad; cercanía; respeto; capacidad para comunicarse con el cliente adaptándose a su ritmo, con un lenguaje claro y capacidades para comprender lo que expresa, le preocupa o necesita. Otros aspectos igualmente importantes son la paciencia, el agradecimiento, la diligencia o la empatía.

¡Recuerda que no hay segundas oportunidades para una buena primera impresión!

Además de las anteriores de carácter general, será importante que los empleados del establecimiento dispongan de tiempo y herramientas de formación para comprender y atender, con calidad y calidez, a personas que por cualquier circunstancia o enfermedad tengan más dificultades, o bien por tener cierto deterioro cognitivo, movimientos más lentos, problemas para comprender nuestro idioma o para expresarse con claridad.

También es conveniente que los trabajadores conozcan y sepan identificar los factores que pueden causar molestia, estrés o angustia a los visitantes del establecimiento y ser capaces de aconsejar sobre ello a sus responsables. Por ejemplo: el exceso de ruido, una iluminación inadecuada, ausencia de personal disponible para consultar, una gran aglomeración de personas, largas e incómodas esperas, etc.

Es importante que el personal disponga de tiempo y de herramientas que le capaciten para comprender y atender, con mayor calidad y calidez, a todas las personas.

Las siguientes indicaciones te ayudaran a mejorar el trato en el servicio que ofrezcas a tu cliente mayor:

- Dirígete con amabilidad y claridad al interlocutor. Respetuosamente, manteniendo las normas habituales de cortesía.
- Adáptate al cliente, con paciencia y sin prisas. Si tiene un ritmo más lento no demuestres con tu actitud disgusto o impaciencia, por el contrario, sonríele.
- Evita siempre un trato demasiado familiar o usar frases excesivamente entrañables que puedan derivar en una comunicación infantilizada.
- Cuida que las conversaciones sean privadas y que no se enteren otras personas o clientes, si el cliente así lo requiere.
- Identifica y responde adecuadamente a todas las personas también a aquellas con necesidades especiales (por ejemplo, con ceguera, hemiplejía, depresión o Alzheimer).
- Conoce cómo actuar en situaciones especiales, poco frecuentes o de emergencia (como puede ser que la persona esté desorientada, que no se encuentre bien físicamente, que necesita usar el aseo, que se ha golpeado o sufrido una caída) o en conflictos como discusiones, robos o peleas.

Accesibilidad, comodidad, visibilidad y seguridad

La sociedad, en general, tiene el deber de facilitar la accesibilidad al medio de todos los ciudadanos y especialmente a aquellos que deseen acudir a un establecimiento público. Por otra parte, huelga decir que los poderes públicos deberán garantizar que así sea, con el fin de favorecer la calidad de vida de todas las personas, incluidas todas aquellas que presentan más dificultades por su movilidad, capacidad cognitiva o diversidad sensorial.

A continuación, te ofrecemos una serie de preguntas para que puedas valorar elementos tan importantes como la accesibilidad, la comodidad, la visibilidad y la seguridad de tu establecimiento:

Llegada

- ¿Tu centro dispone de estacionamiento/plazas reservadas y disponibles para personas con movilidad reducida?
- ¿Existe un parking público o parada de transporte público en las cercanías?
- ¿Están los bordillos rebajados para facilitar el acceso a la acera?
- ¿Están las aceras limpias y despejadas (por obras en la vía pública o las ocasionadas por inclemencias climatológicas)?

Acceso

- ¿Tu local dispone de rampa de acceso -de obra o portátil-? ¿Existe un elevador que salve los peldaños de la entrada?
- ¿Dispone de ascensor para la movilidad interior? ¿Está bien señalizado para localizarlo con facilidad? ¿Son accesibles los botones para personas en sillas de ruedas? ¿Y con signos braille? ¿Avisa por voz de donde se encuentra?
- ¿Las puertas son sencillas de abrir? ¿Los sensores de las puertas automáticas funcionan correctamente? Si hay puertas giratorias en tu espacio, ¿existen alternativas para personas con problemas en su movilidad?
- ¿Existe un acceso prioritario para personas con mayor diversidad funcional?
- ¿El espacio es suficiente como para moverse con facilidad las personas que acudan con silla de ruedas, andadores y carritos de la compra o de niños?
- ¿Existen pasamanos o asideros a la entrada?
- ¿El pavimento es seguro? ¿Es antideslizante?
- ¿Indica en el escaparate o la web, la bienvenida a los perros de asistencia que acompañan a las personas?

Experiencia

- ¿La altura de los mostradores es funcional y se adapta al estándar propuesto para mejorar accesibilidad?

- Si se dispusiera de alfombras, ¿están bien sujetas al suelo? ¿Dificultan la movilidad de quienes visitan tu centro?
- ¿Existen asientos o bancos disponibles para los tiempos de espera?
- ¿La iluminación es suficiente, amable e idónea para evitar deslumbramientos?
- ¿La temperatura interior ofrece una experiencia confortable? ¿Puede resultar excesivo el aire acondicionado en verano?
- ¿Los escalones están debidamente identificados? ¿Y las puertas de vidrio o puertas automáticas, por ejemplo, con un vinillo xerografiado?
- ¿Disponen de personal formado para el acompañamiento a personas con déficit visual, problemas de movilidad o discapacidad intelectual?
- ¿Las señales en el establecimiento son legibles, comprensibles y bien visibles? ¿Facilitan la orientación y evitan dar vueltas... aunque sea el primer día que se acude?
- ¿Son legibles, comprensibles y bien visibles las etiquetas de los envases y los precios de los productos?
- De haber hilo musical ¿es estridente o suave y agradable?
- ¿Existen cestas ligeras y carros cómodos para su uso en el interior?
- ¿Disponen de gafas de aumento para la lectura de etiquetas, programas o para la carta de un bar y de prismáticos, por ejemplo?
- ¿Existen sillas de ruedas disponibles para pasear por el centro comercial para personas que se fatigan?
- ¿Cuenta tu establecimiento con suficientes aseos públicos amplios y accesibles? ¿Están bien señalizados para localizarlos con facilidad? ¿Hay que recorrer grandes distancias para llegar a ellos?
- ¿Estos aseos para personas con movilidad reducida cuentan con sistemas de alerta y disponen de productos de apoyo para ser usados por estas personas?
- ¿Hay disponible una fuente, por ejemplo, para beber agua?
- ¿Los probadores son amplios, cómodos, te puedes sentar y son accesibles?

- ¿Hay pantallas de asistencia visual y con subtítulos en los espectáculos, por ejemplo?
- ¿Existe alguien entre el personal con formación para comunicarse en lengua de signos?
- ¿Hay espacio reservado en platea para personas que utilizan silla de ruedas?
- ¿Hay un servicio de guardarropas que permita estar más cómodo en el establecimiento?
- ¿Dispone de menús para personas con diabetes, con alergias o que sean intolerantes al gluten o a la lactosa, o dieta vegetariana y/o vegana?

Algunas *buenas prácticas* serían disponer de:

- Plazas de parking reservadas y disponibles próximas a la entrada.
- Asistencia personal o técnica en el acceso al establecimiento y durante su estancia.
- Asientos disponibles para los tiempos de espera.
- Apoyo en la carga de bolsas/paquetes.
- Probadores cómodos, con asientos y accesibles
- Menús diversos (para personas con diabetes, alergias o intolerantes al gluten o a la lactosa, o dieta vegetariana y/o vegana)
- Servicio de entrega a domicilio.
- Políticas de descuentos o rebajas en el precio de los servicios y/o productos para los clientes sénior.
- Aseos adaptados a disposición del cliente
- Teléfono del local para el uso del cliente ante una situación imprevista o de emergencia.
- Botiquín básico y desfibriladores
- Teléfono de atención al cliente sencillo en su uso y sin largas esperas.

- Incorporar en la información de la web del establecimiento datos acerca de la accesibilidad, de la disponibilidad de productos de apoyo (sillas de ruedas, andadores, etc.) o dispositivos tecnológicos para personas con ceguera o personal con capacidad para comunicarse con lenguaje de signos.

Información y Comunicación

Todos sabemos lo importante que para las personas es disponer de la información que necesitamos en relación a los servicios o productos que vamos a utilizar o consumir. Para ello, y sabiendo que con la edad perdemos agudeza visual u otras destrezas funcionales, es importante revisar y valorar si nuestro comercio facilita en todo lo posible que las personas puedan informarse o relacionarse de manera eficiente mientras están en el mismo.

Para ello aquí van una serie de recomendaciones:

1. Favorecer la comunicación/conversación:

- Evitando ruidos molestos o reduciéndolos con materiales que mejoren el acondicionamiento acústico (aislamiento y absorción).
- Valorando el impacto de la música o del sistema de megafonía para la comunicación y las conversaciones en el establecimiento. Si existe, vigile que tenga un volumen adecuado, no muy alto.

2. Informar de forma adecuada:

- Disponiendo de carteles que puedan leerse bien, anuncios con apoyo de imágenes o dibujos, etc., en un código comprensible por todos.
- Rotulando los textos (de estantes con precios, etiquetas) con letras grandes y bien contrastadas del fondo. Por ejemplo, texto en color oscuro sobre fondo claro. Fuente única SansSerif (de palo sencillo), evitando las cursivas y con un tamaño de letra 12 o 14, según los casos.
- Proporcionando, además, material Impreso (folletos, documentos) de buen diseño que incluya su fácil lectura (diseño de letra, tamaño, fondo).
- En la medida de lo posible, ofreciendo productos de apoyo para establecer una comunicación aumentativa o alternativa, con personal formado en

interpretación de lengua de signos o desarrollando el sistema braille en productos y señalética.

- Ofreciendo la tecnología como un aliado para la información y la comunicación con el cliente, pero sin obligarle a su uso (ofrecer varias alternativas a la elección del cliente).

Un gran establecimiento orientado a la satisfacción y el buen trato a cada persona

En un centro amigable, al fin y al cabo, lo que pretendemos es estar más cerca de las personas que ya son o queremos que sean nuestros clientes. Es estar lo más orientados a ofrecer situaciones satisfactorias y agradables en nuestro establecimiento, lo que implica que los clientes perciban un trato de respeto, buenas maneras y consideración.

Existen múltiples medidas para mejorar tu experiencia de atención directa en el establecimiento en que trabajas. Te sugerimos algunas de ellas: Facilita la comunicación y las compras por teléfono, identifica, siempre que te sea posible, a los clientes habituales y sus preferencias, facilita compras por internet (accesibilidad y sencillez en el uso de la página web), proporciona ayuda en la zona de cajas de autopago, ofrece servicio a domicilio gratuito o muy económico, crea un despacho de atención al cliente para escuchar sus propuestas de mejora y recoger las reclamaciones, etc.

Así mismo, contempla la importancia en la diversificación y especialización de los productos de tu comercio para llegar a todas las necesidades de los consumidores: tamaños de los envases, porciones pequeñas, productos que sean verdaderamente fáciles, productos para personas con intolerancias, alergia o diabetes, etc.

Si tu negocio realiza actividades con una misión de responsabilidad social, puedes contar con la participación generosa y voluntaria de personas mayores, en campañas como “operación kilo”, recaudaciones con fines sociales, eventos en favor de la comunidad... ¡Con estas iniciativas todos ganamos!

Por último, pero no menos importante, debes saber actuar ante cualquier apuro o conflicto. Así, si te enfrentas ante una situación imprevista: que una persona se caiga, que se encuentre mal o tenga un ataque de pánico, actúa con tranquilidad y recurre a ayuda sanitaria lo antes posible. La serenidad proporcionada a la persona y la urgencia con la que reacciones facilitará la mejor resolución de la situación. Recuerda que en Madrid, ante cualquier emergencia hay que llamar al teléfono gratuito 112.

Y si, además, queréis dar un paso más allá y buscar la excelencia en esta amigabilidad de la que estamos hablando aquí proponemos un plan más ambicioso y más comprometido:

1) Llegar a conocer qué opinan y valoran tus clientes mayores

- ¿Sabéis lo que opinan de tu establecimiento? ¿Qué echan de menos? ¿Qué les gustaría encontrar que no tienen ahora?
- ¿Qué es lo que mejor valoran en el trato de su personal? ¿Y lo que menos?
- ¿El personal de marketing o promoción de la empresa sabe cómo tratar a los usuarios o clientes senior en su heterogeneidad e individualidad?

2) Conocer el grado de amigabilidad de tu comercio o servicio

- Identifica, gracias a las recomendaciones y al cuestionario de comprobación de Amigabilidad cómo se encuentra vuestro establecimiento en relación a los diferentes elementos o las situaciones relacionadas con la amigabilidad con las personas mayores.

3) Elaborar un plan para mejorar la amigabilidad de tu establecimiento

- Piensa y valora por dónde podríais empezar. Recomendamos que se comience por lo más sencillo de aplicar o por aquello que proporcione mejores resultados en la experiencia a los clientes sénior.

4) Desarrollar tu plan de mejora de amigabilidad

- ¿Necesitáis de algún apoyo técnico por parte de los profesionales del Ayuntamiento? Cuentas con el apoyo de profesionales en la materia.

5) Valorar los resultados de este plan de amigabilidad desarrollado y preguntándote cómo puede continuar mejorando

- ¿Ha supuesto mucho costo económico o de recursos humanos su desarrollo?
- ¿Conoce todo el personal el plan de amigabilidad de la entidad y su compromiso con el buen trato hacia población de mayor edad?

- ¿Qué mejoras se han realizado y se han valorado positivamente? ¿Han sido expresadas por los clientes u observadas por el personal?
- ¿Por dónde podríais seguir mejorando?
- ¿Cómo continuar implicando al personal?

7.4 Amigabilidad atendiendo a la diversidad de las personas mayores

Como ya indicábamos en la introducción, personalizar cada relación, contemplando la singularidad de cada persona y respetando la diversidad, siempre genera vínculos fuertes y valiosos entre las personas.

Pareciera que cuanto mayor es la superficie en la que trabajas induce a un trato más despersonalizado y sabiendo esta posibilidad, deberás poner mayor empeño en crear un ambiente acogedor, con personal dispuesto y bien formado, tanto para la atención presencial como en la virtual.

Una atención que contempla y busca dar una respuesta a la singularidad y a la enorme heterogeneidad que existe en una ciudad como Madrid, es una gran oportunidad. Esta heterogeneidad, que puede ser generacional, cultural, étnica, sexual, funcional, religiosa, lingüística... es a priori, sin duda, un reto; pero es también una oportunidad para conquistar el corazón y su fidelidad con nuestra entidad. Si logras que éstos se sientan cómodos y valiosos, vas por el buen camino.

En Madrid se estima que un importante número de vecinos pueden presentar algún tipo de diversidad funcional (física, intelectual o sensorial), es decir que tengan capacidades diferentes a las de la mayoría para su vida cotidiana. Esto es absolutamente normal, tanto por la enorme variabilidad de personas que convivimos en esta ciudad, como por el hecho de que, en un momento dado, cualquiera de nosotros puede verse con dificultades de este tipo. Y sea por la causa que sea (genética, de una enfermedad, accidente o lesión, etc.) ninguno de nosotros queremos renunciar a disfrutar de nuestra vida en nuestra ciudad. Además, este grupo de personas representa un importante número de consumidores y clientes que también deben poder desarrollar su día a día en establecimientos como en el que trabajas.

Igual que un negocio no puede disponer de una talla única o un estricto menú, así debes entender que en la medida de lo posible, muchas veces será tu servicio el que tendrá que adaptarse a estas diversidades, así como a las preferencias y necesidades de cada cual.

Veamos a continuación algunas ideas que pueden ayudarnos a conocer, comprender y atender a aquellos usuarios, visitantes o clientes mayores que puede presentar estas particularidades o diversidades.

Queremos hacer una ciudad para todos sus habitantes en la que podamos disfrutar desde ya y en el futuro.

Amigables con los adultos mayores en situación de discapacidad física

Seguramente te habrás fijado que algunos adultos mayores tienen una forma de caminar más lenta o una marcha más inestable o que les cuesta subir y bajar las escaleras. Otros pueden utilizar algún tipo de bastón, y cada vez más, veremos más personas que utilizan andadores o sillas de ruedas manuales o eléctricas para desplazarse por la ciudad y por las grandes superficies. Es importante saber si vuestro establecimiento se adapta a las demandas de todos los potenciales usuarios con alguna condición funcional diferente:

- Las condiciones de los lugares por donde se desenvuelven las personas influyen mucho en la accesibilidad, comodidad y seguridad de las personas. Es importante que conozcas los elementos que van a permitirlo en el establecimiento en el que trabajas. Saber valorar y adaptar el espacio para ofrecer el mayor confort a estas personas y será otro motivo para retener a tus clientes de más edad. Por ello, te recordamos lo importante de:
- Eliminar las barreras arquitectónicas para evitar tropiezos y accidentes por medio de la existencia y uso de rampas utilizables por personas que usarias de sillas de ruedas. Proveer de ascensores suficientes para asegurar la movilidad vertical y asegurar la accesibilidad a todos y cada uno de sus espacios.
- Comprobar la comodidad y seguridad de las puertas de acceso para personas con movilidad reducida y sus acompañantes.
- Asegurar la existencia de espacios que permitan la movilidad de las personas en sillas de ruedas en aseos, probadores, salas de espera.

Amigables con los adultos mayores con deterioro intelectual o cognitivo

Sin entrar en las causas que originan este tipo de discapacidad o diversidad intelectual, estate alerta para identificar qué personas se encuentran en estas circunstancias y saber atenderlas de forma correcta, respetuosa y educada.

En relación a la amigabilidad, lo más importante es querer y saber cómo ayudarles a utilizar todas sus potencialidades personales para favorecer una experiencia gratificante y positiva de sí mismos a pesar de la dificultad.

Si bien hay muchas posibles causas de la diversidad cognitiva o intelectual en las personas mayores, la demencia es, sin duda, la más frecuente. Es por ello, que consideramos necesario aclarar algunas ideas que aún no son bien conocidas por la población general. Comprenderles mejor para servirles.

La demencia afecta a cada persona de manera diferente: dependiendo del impacto de la enfermedad y de sus características, de las habilidades y personalidad del sujeto antes de empezar a padecerla, del momento de desarrollo de la enfermedad; es decir, que no hay dos personas con demencia iguales.

En tu relación diaria puedes encontrarte relacionándote con personas con demencia en etapas iniciales y quizá no les acompañe nadie. Como la evolución de esta enfermedad es lenta, es fácil que pase desapercibida para la propia persona o para su entorno. A continuación, te ayudamos a identificar estos posibles casos de personas afectadas por enfermedades como el Alzheimer:

- Tener olvidos, fallos de memoria
- Tener despistes, perder la noción del tiempo
- Tener errores al pagar o manejar el dinero
- Perderse o desorientarse incluso en lugares conocidos

Si ello le sucede a un cliente habitual y que conoces te será mucho más fácil atender estas dificultades. Y si no lo es, tendremos que saber estar pendientes si observamos estos comportamientos para identificar cómo y cuánto debemos ayudar a la persona. Tan malo es ser indiferente como pasarte de sobreprotección. Vigila las formas, para que esta relación profesional se haga desde el respeto y la comprensión, evitando siempre que la persona se sienta mal.

En una etapa más avanzada de la enfermedad, podrás observar los siguientes comportamientos:

- Olvidos frecuentes, no saber a qué venía, qué quería comprar, dónde está...

- Dificultad para expresarse y comunicarse con fluidez: no le sale la palabra correcta, mezcla ideas...
- Comportamiento o comentarios inadecuados, mayor impaciencia, irritabilidad o tal vez apatía...
- Grandes dificultades para manejar el dinero y pagar.

También no es extraño que entren en el establecimiento personas acompañadas por una persona encargada de sus cuidados. O que vayan acompañados por sus compañeros de la residencia o centros de día del barrio, dentro de un programa de participación en el entorno. Este tipo de visitas son muy valiosas para las personas pues les devuelve a la normalidad, a lo mismo que hace otra persona de su entorno y edad que no tiene esas dificultades. Trata de facilitar su estancia y que disfrute de la misma, normalizando la situación actuando con naturalidad y empatía.

A continuación, presentamos algunas recomendaciones, en general válidas para relacionarse con cualquier persona con estas dificultades. Lo primero y más importante es mostrar una actitud positiva, cordial, tranquila y más concretamente, prestaremos atención en:

- Acercarte a la persona, situándote frente a ella y mirándola a los ojos, pues así le demostraremos que estamos atentos, tratando de ayudarla y también, respetándola.
- Trata de conocer y utilizar, si te es posible, su nombre de pila, así como el de su cuidador o familiar.
- Trata a la persona con sencillez y naturalidad: usando un tono de voz amable, sin reproches y con paciencia, respetando su ritmo, dándole información clara y de forma sencilla, eligiendo decir lo importante, pero teniendo cuidado con no infantilizar la relación.

Y, ¿sabrías cómo actuar en el caso de que un cliente se encuentre desorientado o confuso? Primero pregúntale si le parece bien que contactemos con alguna persona de su confianza y ofrécele localizarles por teléfono. Si estuviera muy desorientado y no supiéramos a quién llamar, llamaremos al teléfono 112 donde expondremos la situación y ellos enviarán a los profesionales que consideren más convenientes.

Amigables con los adultos mayores con disfunción sensorial

La diversidad sensorial puede ser una característica de tus clientes, siendo la vista y el oído los sentidos que suelen tener más afectados las personas mayores.

En relación a las personas con disminución de su función visual, lo más habitual es que tengan limitado su campo y agudeza visual o que tengan mayores dificultades para percibir el color y el contraste. Por ello hemos añadido propuestas que van a mejorar la iluminación, el confort, la seguridad y el acceso a la información en el gran establecimiento para facilitarles su desenvolvimiento en el mismo.

También es frecuente que las personas adultas mayores padezcan de sordera, esto implica una mayor dificultad en la comunicación en ambientes ruidosos, algo habitual en grandes espacios o en los que se acumulan muchas personas. Considerando esto, valora si el establecimiento cumple con estos estándares de calidad en este aspecto. A modo de resumen recordamos las ideas más importantes para lograr la amigabilidad del establecimiento para personas con alguna diversidad sensorial.

- Asegurar una adecuada y suficiente iluminación.
- Si existen escalones que estén bien identificados.
- Disponer todos los textos (cartelería, menús, precios, documentación, etc.) de un tamaño considerable. Ofrecer gafas de aumento o lupas.
- Comprobar que el hilo musical es suave y no dificulta la comunicación de los clientes.

Incorpora medidas que posibiliten la relación comercial pero también la interpersonal para que se establezcan relaciones que satisfagan a ambas partes.

Todo lo expuesto anteriormente acerca de las especiales necesidades de ciertos grupos de personas mayores no puede llevarnos a creer que la gran mayoría de las personas mayores precisan estas medidas. No, no debemos confundirnos. Tan malo es pensar que nadie las necesita como que todas lo hacen. Esta es la realidad, tenemos que aprender a comprender y actuar ante esta gran heterogeneidad de clientes mayores.

Tener una responsabilidad en un establecimiento amigable de gran tamaño es acoger la diversidad, ofreciendo un trato personalizado, comprensivo y solidario. Un servicio respetuoso, sereno y amable, marca la diferencia y genera riqueza. Los profesionales que atienden el comercio deben conocer las peculiaridades de la población mayor y respetar sus derechos como consumidores.

7.5 Revisando cómo es nuestro establecimiento amigable

| Cuestionario de comprobación de nuestra amigabilidad | SI | NO |
|--|----|----|
| ¿Es accesible el establecimiento? | | |
| ¿Tiene sillas de ruedas, bastones o muletas a disposición de los usuarios o visitantes? | | |
| ¿Pueden contar con apoyo de personal formado para acceder y moverse en su interior? | | |
| ¿Dispone de áreas de descanso o asientos disponibles? | | |
| ¿El material escrito (hojas informativas, etiquetas, folletos, menús...) es fácilmente legible, comprensible y claro? | | |
| ¿Hay suficientes baños públicos disponibles? ¿Son amplios? ¿Están limpios? ¿Cuentan con todo el material necesario: secador de manos, ¿escobilla, papel, papeleras...? ¿Están fácilmente localizables? ¿Disponen de un sistema adecuado de alerta? | | |
| De haber ambientación musical ¿Es suave y agradable? | | |
| ¿La iluminación es adecuada y no produce deslumbramientos? | | |
| ¿La oferta de productos o servicios que ofrece el establecimiento, atiende y entiende la diversidad de necesidades, características, dietas, horarios o personalidades de los clientes? | | |
| ¿Existen descuentos o facilidades específicas para las personas mayores? | | |
| ¿Se pueden hacer pedidos o reservas por teléfono? | | |
| ¿Conoce el personal del establecimiento las particularidades de atender a una persona con movilidad reducida? | | |
| ¿Y las particularidades de atender a una persona con diversidad cognitiva? | | |
| ¿El personal sabe cómo y a quién llamar en caso de algún tipo de emergencia? | | |

| Cuestionario para los usuarios, visitantes o clientes mayores | SI | NO |
|---|-----------|-----------|
| ¿Le ha sido fácil el acceso y cómodo el lugar? | | |
| ¿Ha encontrado aquello que venía buscando? | | |
| ¿Le ofrecieron información adecuada, ayuda a sus inquietudes o alternativas de uso o consumo si hubiese sido necesaria? | | |
| ¿El personal que le atendió ha sido correcto, amable, honesto, comprensivo? | | |
| ¿Considera que el trato recibido ha sido cálido y solícito? | | |
| ¿Recomendaría este establecimiento a otras personas de su edad o en sus circunstancias? | | |

FUENTES CONSULTADAS:

- Ayuntamiento de Madrid (2015). Madrid Ciudad Amigable. Informe Diagnostico.
- Ayuntamiento de Madrid (2016). Madrid Ciudad Amigable Plan de Acción 2017-19.
- Ayuntamiento de Madrid (2017). Grupo de discusión edadismo y discriminación por edad. Diseño metodológico. Documento de trabajo SIGNADOS 06/12/2017.
- CEAPAT (2010). Comunicación Aumentativa y Alternativa. Guía de referencia.
- CERMI. Documento 1/2017 de normas de estilo de expresión y comunicación del CERMI estatal.
- Comercio Amigable con las Personas Mayores.
<http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/mayores/comercio-amigable.htm>
- Guía de amigabilidad para establecimientos. Comercio y Restauración.
<http://euskadilagunkoia.net/es/lagunsarea/establecimiento-amigo>
- Japan Government-Cabinet Office (2012). Aging society annual report 2012. Section 4-Creating an environment in which elderly persons can thrive.
Available: <http://www8.cao.go.jp/kourei/english/annualreport/2012/pdf/1-4.pdf>
- Murata H. (2010). From “Age-friendly” Cities to “Aging-friendly” Cities: Japanese Experience. Age-friendly Cities Regional Conference, 2010.
<http://www.socsc.hku.hk/afccp/ppt/MURATA%20Hiroyuki.pdf>
- World Health Organization (2007). Checklist of Essential Features of Age-friendly Cities.
http://www.who.int/ageing/publications/Age_friendly_cities_checklist.pdf
- World Health Organization (2007). Global Age-Friendly Cities: A Guide.
http://www.who.int/ageing/publications/Global_age_friendly_cities_Guide_English.pdf
- Age Friendly Ireland. A Directory of Age Friendly Practices. Ireland’s Age Friendly Cities and Counties Programme.
<http://agefriendlyireland.ie/wp-content/uploads/2016/11/AFI-Directory-of-Age-Friendly-Practice>.

8. Mensajes divulgativos

1. DERECHOS

“Yo con más años, pero con los mismos derechos que siempre.”

Es importante recordar que los DERECHOS son para TODAS LAS PERSONAS y para TODA LA VIDA, pero además todos los ciudadanos, y más aún los profesionales deberemos esmerarnos en actuar de modo que facilitemos y animemos a quienes tiene más dificultades para que puedan ejercerlos. No hacerlo resulta discriminatorio y edadista.

2. INFORMACIÓN Y AUTONOMÍA DECISORIA

“Quiero saber, estar al día, necesito información para continuar decidiendo y controlando mi vida.”

La INFORMACIÓN es un elemento imprescindible para desempeñar un *rol adulto* y la AUTONOMÍA DECISORIA es un rasgo y derecho que hay que proteger. El edadismo minimiza la necesidad que tienen los adultos mayores de ambos derechos y ello no es admisible.

3. CONFIDENCIALIDAD

“Mi información privada y más íntima es mía. Si has de usarla, consúltame y cuida de que no se difunda. Protege mi derecho a la confidencialidad.”

Pensar que no es necesario guardar la CONFIDENCIALIDAD es otra idea errónea de quienes piensan que los ciudadanos de más edad no tienen nada que puedan reservarse para ellos mismos, o consideran que la tratarse de profesionales pueden gestionar la información referida a ellos sin mayor cuidado. Esto es otra evidencia de discriminación que hay que erradicar.

4. INTIMIDAD E IMAGEN

“Mis pensamientos, mis preocupaciones, mi cuerpo... forman parte de mi intimidad. Ayúdame a que continúen siendo íntimos, a no ser que yo libremente quiera mostrarlos.”

Considerar la INTIMIDAD como algo importante para la persona es un eje transversal de nuestra cultura, que no debe verse interrumpido con el pasar del tiempo. El edadismo tiende a considerar que no hay que cuidar el derecho a la intimidad de las personas mayores, lo que evidencia otro rasgo de desprecio hacia la persona.

“Yo soy quien quiero ser y sé la imagen que quiero proyectar. Respétalo y ayúdame a seguir siendo yo, a mi estilo.”

La IMAGEN social de la vejez y de las personas que llegan a ella puede favorecer el respeto a la diversidad o por el contrario el estereotipo y el estigma. Es necesario repensar la imagen que se transmite para ver que valores reproduce y, en caso necesario, mejorar la imagen que proyectamos.

5. INDIVIDUALIDAD / DIVERSIDAD / RECONOCIMIENTO

“Y cada año me siento más Yo. Una persona única, un sujeto irrepetible, llevo haciéndome toda la vida y así quiero seguir.”

El edadismo parte de una visión que minusvalora a los sujetos por el hecho de envejecer, y se aplica una idea única a todos. Es decir, se olvida la idea de INDIVIDUALIDAD, el reconocimiento a la DIVERSIDAD y el RECONOCIMIENTO de CADA SUJETO y de CADA PROYECTO VITAL.

6. COMUNICACIÓN / FAMILIARIDAD

“Trátame bien, como a mí me gusta. Respeta el tipo de relación que tenemos y trátame acorde a ésta, ni más ni menos.”

Un trato EXCESIVAMENTE FAMILIAR, una COMUNICACIÓN INADECUADA expresa la falta de respeto y consideración hacia el sujeto. La edad no ha de interferir en el estilo de trato y comunicación.

7. SABIDURÍA

“Con todas mis vivencias, lecturas, experiencias con el otro, incluso de mis errores, he aprendido mucho, este saber lo uso en mi día a día.”

Otra percepción errónea e injusta se refiere a la falta de reconocimiento al conocimiento y a los saberes de las personas de más edad. Es necesario, por tanto, revalorizar la SABIDURÍA de los ciudadanos más mayores.

8. VULNERABILIDAD / NECESIDAD DE APOYOS-AYUDA

“Si algún día estoy en una situación de vulnerabilidad o fragilidad esmérate en hacerme bien y adaptándote a mis circunstancias. Piensa que podría ser alguien muy querido por ti, o tú mismo en el futuro.”

A medida que se envejece, y sobre todo en edades muy avanzadas es frecuente encontrar personas en situación de gran VULNERABILIDAD, sea esta física, cognitiva, social, afectiva u de otro tipo. Tener NECESIDAD DE APOYOS-AYUDA no es condición que justifique la discriminación. La DIGNIDAD de la persona ha de demostrarse expresamente en estos momentos de la vida.

9. COOPERACIÓN / PARTICIPACIÓN

“Me gusta sentirme ciudadano de primera, participar, implicarme, poder proponer, vamos, que cuenten conmigo, igual que siempre he hecho.”

La idea de que las personas cuando tienen mucha edad no están interesadas en COOPERAR o en PARTICIPAR en los asuntos de su vida, de su barrio, de su ciudad es otro prejuicio a desterrar.

10. ROL SOCIAL

“Continúo haciendo cosas importantes para mí y para los demás. A veces no tienen precio..., pero siempre tienen valor.”

Cualquier persona, de cualquier edad o situación de diversidad, necesita poder desarrollar un ROL PRODUCTIVO pudiendo hacer cosas que le sean valiosas para sí mismo y para el resto de la sociedad. El edadismo presupone que los adultos más mayores ya no pueden hacer tareas o roles de valor.

11. SEGURIDAD

“Puede que a veces me guste arriesgarme, pero otras veces necesitaré que me des seguridad. Si me preguntas o nos conocemos sabrás en que momento necesito cada cosa.”

Todos necesitamos SEGURIDAD. Es necesario construir lazos de solidaridad y corresponsabilidad que generen una sociedad que la proporcione a los ciudadanos que en cada momento la necesiten, pero eso sí, siempre desde el máximo respeto.

12. EQUIDAD

“Dame lo que merezco y necesito. No pretendo que para ello se lo quites a otras personas. Todas tenemos la misma dignidad y merecemos tener respuesta a nuestras necesidades.”

Dar a cada uno lo que precisa, personalizar en las respuestas a cada persona es la base de una sociedad y de unas instituciones justas. Hablar de EQUIDAD es también poner límites al edadismo. Es más, la discriminación por edad justifica y perpetúa la inequidad.

Desde la Dirección General de Personas Mayores y Servicios Sociales del Ayuntamiento de Madrid queremos luchar contra todas las manifestaciones del edadismo. Conseguirlo hará que nuestra ciudad sea un lugar libre de toda discriminación y sobre todo, amiga con las personas que han contribuido a devolvernos la democracia o a que disfrutemos de la sociedad del bienestar en nuestro país.

¡En tu mano está que sea una realidad!

Documento elaborado por Lourdes Bermejo Garcia, Doctora en Ciencias de la Educación, Diplomada en Gerontología Social y Experta en Intervención Social Integral

www.lourdesbermejo.es

Coordinado por el Dpto. de Programación, Evaluación y Desarrollo
de la Dirección General de Personas Mayores y Servicios Sociales