

DICTAMEN DEL CONSELL DE LA GENT GRAN DEL BAIX LLOBREGAT

MENYS EDATISME I MÉS VISIBILITZACIÓ ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ

L'edatisme fa referència als estereotips, prejudicis i discriminació basats en l'edat. En el cas de la gent gran, els mitjans de comunicació —tant tradicionals com digitals— tenen un paper clau en la creació, difusió i consolidació d'imaginari col·lectius que poden afavorir o combatre aquestes discriminacions. El tractament que els mitjans fan de la gent gran té, per tant, un impacte directe en la manera com la societat percep l'envelliment i el paper de les persones grans en la vida col·lectiva.

Segons dades recents, un 45% de la població considera que les persones de més de cinquanta-cinc anys pateixen discriminació per qüestions d'edat. Aquest fet interpel·la de manera directa als mitjans, que han de ser agents de representació justa i inclusiva. Aquesta discriminació es veu reflectida en els mitjans de comunicació, reproduint els prejudicis que la societat genera i que es concreta en què la presència de persones grans als mitjans és molt escassa. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya reconeixia en una publicació feta al mes de juny d'enguany, que els indicadors de la presència de gent gran als mitjans de comunicació catalans, està estancada des de l'any 2013 i un informe fet pel mateix Consell de l'Audiovisual el mes de juny de 2025, explicava que, als informatius de TV3, per exemple, la informació relacionada amb gent gran, ocupa només un 0,1% del temps total.

Aquesta presència, però, sovint està limitada a papers secundaris o perifèrics i quan apareixen se les associa amb característiques negatives: malaltia, fragilitat, dependència, manca d'interès o vulnerabilitat davant de robatoris o estafes.

Les informacions que tenen com a protagonistes les persones grans solen vincular-se en contextos problemàtics: sanitat col·lapsada, pensions, dependència, maltractaments, accidents. Rarament, es visibilitzen aportacions positives com experiències de vida, coneixement, participació social, activisme cultural o polític, i quan es vol donar una imatge positiva, sovint es va a l'altre extrem mostrant una imatge infantilitzada o paternalista. En tot cas, l'edatisme visual reforça una representació homogènia i empobrida de la vellesa. D'altra banda, a la publicitat i la moda, les persones grans són representades sota models irreals (cossos joves amb cabells blancs), que ignoren la diversitat real de cossos, vides i situacions.

Aquesta representació genera pressió estètica i contribueix a una visió reduccionista de l'envelliment.

Un estudi realitzat entre periodistes espanyols, estudi molt pertinent, perquè reflecteix el que diuen les persones que més coneixen als mitjans, publicat a la revista internacional "El profesional de la información", una publicació de la qual es va fer ressò al diari Segre, diu el següent: el 91% dels periodistes consultats considera que les persones grans no són prou presents en els mitjans, en relació amb la seva creixent posició econòmica i pes demogràfic. Per al 85%, la seva imatge mediàtica no és ajustada a la seva realitat, i el 82% la veu pejorativa, paternalista o sensacionalista.

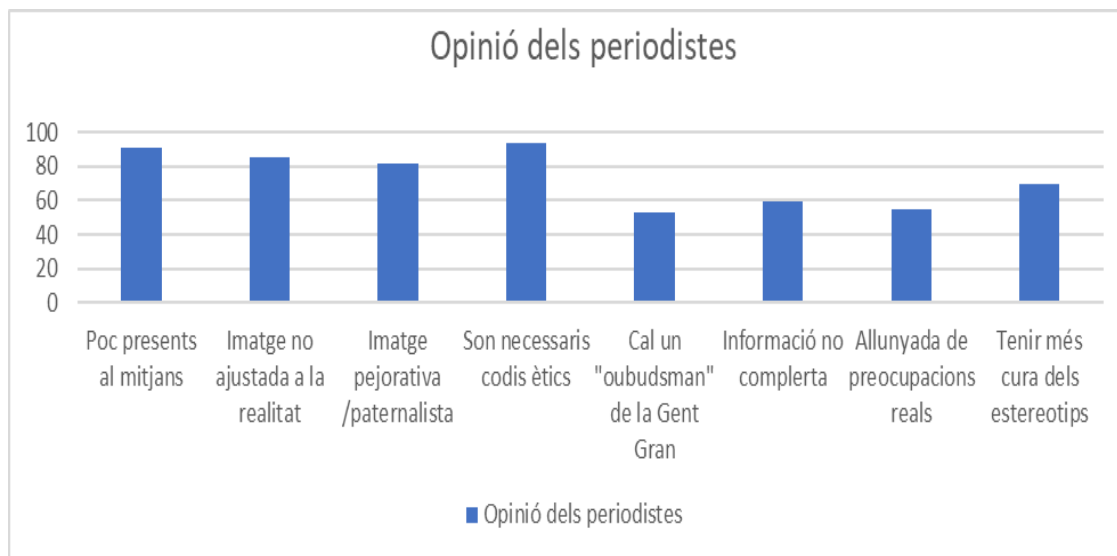
En concret, el 59,7% dels periodistes creu que la informació sobre les persones grans no és completa, el 55,2% la veu allunyada de les seves preocupacions i el 52,2% considera que no és prou variada. Fins al 70,1% pensa que les notícies relacionades amb aquestes persones requereixen més cura amb els estereotips que un altre tipus d'informacions. Per a ells, els mitjans no mostren el paper actiu que tenen les persones grans en la societat.

Aquest "edatisme mediàtic" té conseqüències molt negatives, tant personalment com socialment, que van en detriment d'una inserció social plena i que relega a les persones grans a mantenir-se en un segon pla amb poca rellevància social.

Aquestes conseqüències poden ser socials, com ara la fractura Inter generacional, pèrdua de cohesió i de reconeixement cap a les persones grans; personals, com podria ser l'autopercepció negativa, reducció de l'autoestima i de la confiança en les mateixes capacitats; econòmiques, que té a veure amb la limitació d'oportunitats laborals i participatives i, fins i tot, pot tenir conseqüències polítiques, que relega a les persones grans a tenir poca representació en la presa de decisions públiques i en els debats de societat.

Davant d'aquesta situació, el 94% dels professionals consultats consideren necessàries recomanacions ètiques per informar millor sobre les persones grans. La resposta és pràcticament unànime, la qual cosa reflecteix una creixent receptivitat per part dels periodistes especialitzats en temes d'envelliment i gent gran. El 53,7% també aposta per un mecanisme com la figura del defensor de les persones grans, específic per als temes relatius a les consideracions exposades en

els apartats anteriors evidencien la necessitat d'adoptar mesures concretes per revertir l'edatisme existent en els mitjans de comunicació. La persistència d'estereotips i la manca de representació adequada de les persones grans contribueixen a consolidar una visió esbiaixada de la vellesa i a perpetuar desigualtats socials que afecten la seva plena participació en la vida col·lectiva.



En aquest context, es fa imprescindible impulsar accions coordinades que promoguin una comunicació respectuosa, inclusiva i ajustada a la diversitat real de les persones grans. Les reivindicacions que es presenten a continuació tenen com a finalitat orientar els poders públics, els mitjans de comunicació i els agents socials en la definició de polítiques i pràctiques que garanteixin una representació justa, equilibrada i digna de la gent gran en tots els àmbits mediàtics.

Aquest conjunt de propostes pretén contribuir a la construcció d'un entorn comunicatiu que reflecteixi el valor social, cultural i econòmic de les persones grans, i que reconegui el seu paper actiu com a part essencial de la societat. Només a través d'un compromís col·lectiu ferm es podrà avançar cap a una comunicació lliure de discriminacions per raó d'edat i, per tant, cap a una societat més cohesionada, justa i respectuosa amb totes les generacions.



Per tot el que s'ha exposat, el Consell de la Gent Gran del Baix Llobregat reivindica:

1. Impulsar codis deontològics específics per al tractament informatiu de la gent gran, amb criteris clars de representació justa i d'una visibilització positiva que acosti a les diferents generacions i reforci l'aportació personal, social i política de les persones grans.
2. Promoure formació en edatisme a professionals de la comunicació i del màrqueting, incloent-hi redaccions i departaments de publicitat per tal d'evitar estereotips, tal com es fa en altres col·lectius susceptibles de patir discriminació com ara llenguatge inclusiu, perspectiva LGTBI, sexisme o racisme.
3. Fomentar la presència positiva de la gent gran en els mitjans públics i privats, garantint diversitat de perfils, rols i experiències.
4. Donar suport a campanyes institucionals que contribueixin a combatre l'edatisme i a visibilitzar l'aportació social de les persones grans.
5. Incentivar projectes intergeneracionals en els mitjans de comunicació, que facilitin el diàleg entre joves i grans.
6. Vetllar per l'ús responsable d'imatges en publicitat i audiovisuals, evitant tant la invisibilització com la representació distorsionada.
7. Establir mecanismes de seguiment i avaluació periòdica de la representació mediàtica de la gent gran.

Baix Llobregat, desembre 2025