

## **DICTAMEN DEL CONSELL CONSULTIU DE LA GENT GRAN DEL BAIX LLOBREGAT**

### **L'edatisme a la publicitat i als mitjans de comunicació**

---

L'edatisme és la discriminació per motiu d'edat, una discriminació que patim majoritàriament les persones grans, però que també pateixen infants i adolescents en menor mesura.

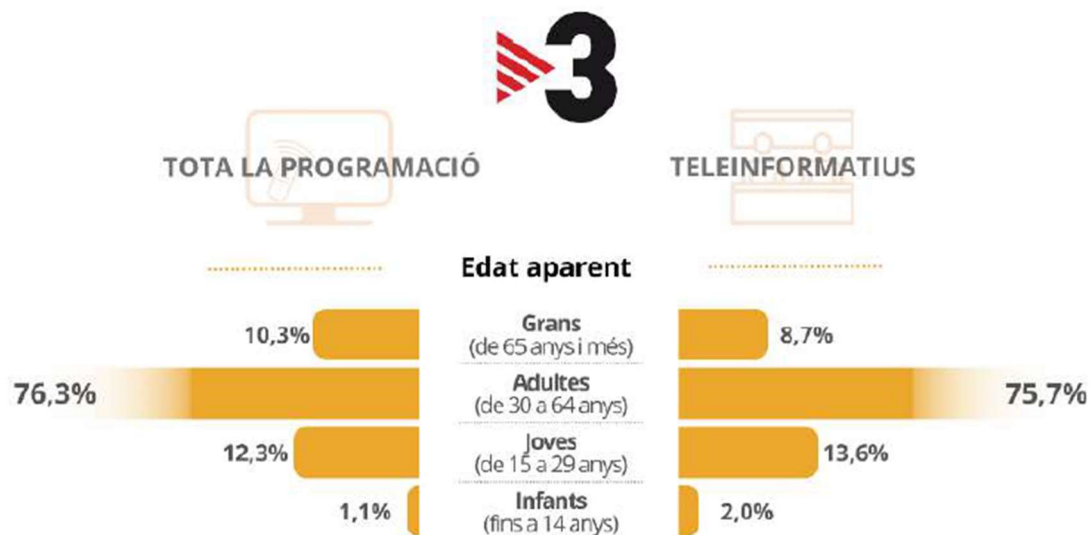
L'Organització Mundial de la Salut estableix que l'edatisme fa referència a la forma de pensar (estereotips), a la forma de sentir (prejudicis) i a la forma d'actuar (discriminació) respecte als demés o a nosaltres mateixos per raó de l'edat. A més, l'edatisme es barreja amb altres formes de discriminació, com les que tenen a veure amb el sexe, la raça o les discapacitats, i les fa més greus encara.

L'edatisme no es fàcil d'identificar però està per tota arreu: a les institucions, a la medicina, a les famílies, a les empreses, al sector financer, etc. i té cada vegada una major incidència en la nostra salut emocional. Són diversos els estudis i investigacions que alerten del fort impacte negatiu que tenen totes aquestes creences negatives sobre l'envelliment, tan acceptades i normalitzades a la nostra societat, i que s'associen amb una major soledat no desitjada i més malestar emocional, amb símptomes com ansietat o depressió.

Un exemple molt clarificador el trobem en l'àmbit de la publicitat i els mitjans de comunicació. Per una banda, en el món publicitari hi ha marques i empreses que creuen que associar la imatge d'una persona gran a la seva marca, tindrà un impacte negatiu, i ho eviten. Però per altra banda, som un segment de població que, tant pel número (el 25,43% de la població catalana té 60 anys o més), com per les nostres característiques socioeconòmiques, esdevenim un mercat potencial per a determinats sectors. Així, apareixen corrents com el de "l'Economia Platejada" o "Silver Economy", que es centra en oferir-nos productes i serveis específicament adreçats i creats per a nosaltres.

En general, la imatge que es projecta de les persones grans als mitjans de comunicació no és una imatge real, és una imatge estereotipada. La pressió estètica cap a qualsevol signe de l'edat (arrugues, canes, etc.) i cap a qualsevol element auditiu, visual o dental, ens deshumanitza i ens fa invisibles per a la societat.

D'altra banda, un informe recent del Consell de l'Audiovisual de Catalunya que analitza els pluralismes i la diversitat en els continguts de la televisió i la ràdio públiques a Catalunya<sup>1</sup>, posa de manifest entre d'altres coses, que la presència de persones grans als informatius de TV3 per exemple, es situa en un 8,7% respecte del total de persones que hi apareixen, un 10,3% quan s'analitza tota la programació. Les persones grans no tenim l'espai audiovisual que ens correspondria tenint en compte la nostra representativitat al conjunt de població.



En general el tractament que se'n fa de les persones grans a les notícies i articles d'opinió, està marcat sovint per l'infantilisme, la inferioritat o l'associació de qualsevol tema relatiu a les persones grans, amb la dependència o altres temes assistencials, quan el cert, es que la gran majoria de persones grans no som dependents i continuem vivint amb plena llibertat i autonomia.

<sup>1</sup> Els pluralismes i la diversitat en els continguts de la televisió i de la ràdio lineals. Setembre-desembre de 2022. Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Un altre exemple d'edatisme el trobem en l'ús de la tecnologia i l'exclusió generalitzada que se'n fa de les persones grans. En aquest cas el prejudici dictamina que no sabem fer ús de les noves tecnologies i tampoc en podem aprendre. La realitat però, com mostra un estudi de l'Observatori Nacional de Tecnologia i Societat<sup>2</sup>, és que una quarta part dels majors de 74 anys utilitza internet regularment.

D'acord amb allò exposat, el Consell Consultiu de la Gent Gran del Baix Llobregat reivindica:

1. Un pacte social contra l'edatisme, que promogui una visió real de l'envelliment i difongui el valor i privilegi de poder envellir, tant a nivell individual com col·lectiu, en una societat que no exclogui les persones grans.
2. Que per enfortir aquest pacte social és clau el paper dels mitjans de comunicació, especialment els públics, promovent una visió positiva de l'envelliment i donant veu a les persones grans a tota la seva programació: informatius, sèries de ficció, documentals, tertúlies, etc.
3. Que el sector de la publicitat s'adapti a la realitat social i abandoni la utilització d'estereotips edatistes, prenent consciència que som un grup de població important i que la nostra representativitat augmentarà en les properes dècades.
4. Que es promogui des de tots els àmbits, també des del sector públic, una visió positiva de l'envelliment i es posi en valor la nostra aportació real a la societat, una societat que hem ajudat i ajudem a construir cada dia.
5. Que es treballi per a la plena inclusió i formació digital de les persones grans preservant sempre el dret a la presencialitat.

Baix Llobregat, desembre 2023

---

<sup>2</sup> Uso de la tecnología en los hogares españoles. ONTSI 2022