

Age Demands Action: Escuchen nuestra voz

Herramienta para desafiar la discriminación por edad en tiempos de COVID-19

Contenido

1. ¿Por qué debemos luchar?	2
2. Objetivos de la campaña	2
3. ¿Qué contiene esta herramienta?	2
4. ¿Qué es la discriminación por edad?.....	3
5. ¿Qué buscar?	3
6. ¿Cómo saber si una acción constituye discriminación por edad?.....	5
7. Pasos para planear su campaña	6
a) Analizar el problema	7
b) Escribir su objetivo	7
c) Decidir a quién se dirige la campaña	7
d) Escribir sus mensajes clave	7
e) Tácticas.....	8
f) Monitorear la situación y su progreso	9
8. Información útil.....	9

1. ¿Por qué debemos luchar?

La evidencia es clara en cuanto a que las personas de edad avanzada se encuentran entre quienes tienen mayor riesgo de sufrir complicaciones por el COVID-19¹. Nuestras vidas no se vuelven descartables cuando envejecemos. Las personas mayores son parte de nosotros. Son miembros de nuestras familias, son nuestros cuidadores, trabajadores y vecinos.

No solo está en riesgo la salud de las personas de edad durante esta pandemia. Las respuestas de los gobiernos y agencias ponen en peligro el goce de otros derechos de esta población.

[En palabras del Secretario General de la ONU](#), “más allá de su impacto inmediato sobre la salud, la pandemia está aumentando el riesgo de las personas mayores de sufrir de pobreza, discriminación y aislamiento”.

Esta pandemia ha expuesto la discriminación por edad y nosotros tenemos una ventana para luchar contra ella y defender los derechos humanos de las personas mayores.

Este es un momento crucial. Necesitamos que los gobiernos escuchen la voz de las personas mayores, y garanticen que tengan acceso equitativo a las medidas de prevención, apoyo y servicio donde sea que vivan.

Hacemos un llamado a los socios de *Age Demands Action* para que juntos identifiquemos y desafíemos la discriminación por edad durante la pandemia de COVID-19, ofrezcamos una plataforma a las personas mayores para que los encargados de la toma de decisiones escuchen su voz, y garanticemos que las personas mayores reciban un trato equitativo.

2. Objetivos de la campaña

Juntos, queremos asegurarnos de que, para septiembre de 2020:

- La discriminación por edad en el marco de las respuestas frente al COVID-19 sea expuesta y desafiada por parte de las personas mayores.
- Los tomadores de decisiones hayan escuchado a las personas mayores y respondido a sus solicitudes.
- Las personas mayores tengan acceso equitativo a la prevención, apoyo y servicios donde quiera que vivan.

3. ¿Qué contiene esta herramienta?

Esta herramienta proporciona consejos paso a paso sobre cómo analizar la situación y planear una campaña durante la pandemia de COVID-19. Incluye:

- Definiciones de discriminación por edad.
- Ejemplos de lenguaje estereotípico, actitudes negativas y acciones discriminatorias frente a las personas mayores.
- Ejemplos del tipo de discriminación por edad del que debemos estar pendientes durante la pandemia, y otras acciones que podrían impactar negativamente los derechos de las personas de edad.
- Cómo garantizar que su campaña esté basada en lo que las personas mayores dicen con respecto a su experiencia.
- Cómo planear una campaña paso a paso.

Muchos estamos adoptando las medidas de distanciamiento físico, pero esto no debe evitar que hagamos campaña! **Hemos incluido ideas de acciones de campaña que se pueden realizar desde casa, y cómo involucrar a las personas mayores.**

4. ¿Qué es la discriminación por edad?

La discriminación por edad incluye “los estereotipos, prejuicios y discriminación contra las personas con base en su edad”¹. Significa tratar a las personas de manera injusta debido a su edad.

En toda la sociedad, las personas hacen suposiciones sobre las personas mayores y la edad avanzada que no reflejan la realidad. Algunas de estas suposiciones incluyen el que todas las personas mayores son frágiles, dependientes o experimentan deterioro mental y físico. Esto resulta en prejuicios y discriminación, e implica que las experiencias individuales sobre el envejecimiento se ignoran.

5. ¿Qué buscar?

La discriminación por edad está ocurriendo durante la pandemia de COVID-19:

- Los diseñadores de políticas, el público y los medios de comunicación están estereotipando a todos los mayores de 70 años como personas indefensas, frágiles, incapaces de tomar decisiones por sí mismas e incapaces de contribuir a la sociedad. Ver la Tabla 1 de [este artículo](#) para ejemplos².
- En Kenia, un miembro del parlamento señaló a los legisladores mayores de 58 años y, en broma, solicitó que se les permitiera irse pues eran vulnerables al COVID-19³.

En Bosnia y Herzegovina, a las personas mayores de 65 años no se les permitía salir, sin excepciones para comprar comida, ir a la farmacia y ni siquiera sacar la basura. Más de 200 personas mayores fueron multadas por salir de sus casas⁴. Cuando planea sus campañas esté pendiente de:

Lenguaje y actitudes de discriminación por edad, como:

- Comentarios realizados por figuras públicas o políticos que sugieren que las personas mayores son frágiles, vulnerables o incapaces de tomar decisiones por sí mismas, o comentarios que muestran una actitud negativa frente a las personas mayores.

¹ <https://www.who.int/ageing/ageism/en/>

² <https://academic.oup.com/psychsocgerontology/article/doi/10.1093/geronb/gbaa051/5820621>

³ <https://www.kenyans.co.ke/news/52063-junet-leaves-parliament-stitches-advice-elderly-mp-video>

⁴ <https://www.hrw.org/news/2020/04/02/bosnia-and-herzegovinas-coronavirus-curb-children-and-older-people-are-ill>

- Reportes de la prensa que estereotipan a todas las personas mayores como frágiles, vulnerables o incapaces de tomar decisiones por sí mismas, o comentarios que muestran una actitud negativa frente a las personas mayores.

Políticas del gobierno, de las autoridades locales, de los servicios de salud, de las ONG, del sector privado o de otras agencias que **estén basadas en la edad y que tengan un impacto negativo en los derechos de las personas mayores, como:**

- Lineamientos sobre cómo decidir quién tiene acceso a tratamientos médicos con base en la edad.
- Políticas sobre quién debe permanecer en casa o bajo toque de queda con base en la edad.

Es posible que algunas medidas de respuesta no discriminen con base en la edad, pero aun así tengan un impacto sobre los derechos de las personas mayores:

- Interrupción en los pagos de seguridad social (por ejemplo, pensiones).
- Reducción de los servicios de asistencia social.
- Interrupción en los servicios de salud no relacionados con COVID-19.
- Información o servicios disponibles únicamente en línea o mediante teléfonos móviles.
- Multas o castigos para personas que salgan de sus casas.
- Decisiones sobre los tratamientos médicos de personas mayores tomadas sin su consentimiento.
- Pérdida de ingresos y escasez de alimentos debido a interrupciones en el comercio informal en los mercados y la agricultura local.

O exclusión de las personas mayores de políticas e intervenciones tales como:

- Intervenciones de violencia doméstica que no incluyen a las personas mayores.
- No brindar a las personas mayores atención médica, social o paliativa en hogares de cuidado, en sus propios hogares o en su comunidad.
- Respuestas humanitarias que no abordan los riesgos y necesidades de las personas mayores.
- Exclusión de las muertes ocurridas en los hogares de cuidado de los datos oficiales sobre tasas de mortalidad.
- Medidas de recuperación económica y social que excluyen a las personas mayores.

6. ¿Cómo saber si una acción constituye discriminación por edad?

Durante la pandemia de COVID-19, existe el riesgo de que las personas mayores enfrenten discriminación en diferentes áreas de sus vidas. Esto incluye restricciones en el acceso a la atención médica, o políticas de distanciamiento físico basadas en la edad. Entonces, ¿cómo sabemos si una política o una acción constituye discriminación por edad?

Para evaluar si una política o acción constituye discriminación por edad o no, debemos preguntar:

1. ¿Es la edad la base sobre la cual se tomó una decisión, se tomó una medida o no se tomó una medida?
2. ¿Esto tiene un impacto negativo sobre los derechos de la persona en comparación con personas de otra edad?

Si la respuesta es sí en ambos casos entonces constituye discriminación por edad directa.

Si la respuesta a la pregunta 1 es no, pero la respuesta a la pregunta 2 es sí, constituye discriminación por edad indirecta.

Este es un ejemplo:

Decidir quién recibe tratamiento médico

A medida que la pandemia de COVID-19 se intensifica, los recursos médicos pueden tornarse insuficientes. Es posible que se deban tomar decisiones difíciles sobre quién recibirá tratamiento médico. Decidir cómo asignar los recursos entre grandes cantidades de pacientes se llama *triage*.

Una política de *triage* que emplea un límite máximo de edad, por ejemplo 80 años, para decidir quién recibe tratamiento médico:

1. Está basada en la edad.
2. Niega a cualquier persona mayor de 80 años tratamiento médico y por lo tanto niega el derecho a un acceso equitativo a los servicios de salud, en igualdad de condiciones con cualquier menor de 80 años. También puede infringir el derecho a la vida de la persona mayor.

Esto constituye una discriminación por edad directa. Las políticas de *triage* deben estar basadas en evaluaciones clínicas, necesidades médicas, evidencia científica y principios éticos, y no en características no médicas como edad o discapacidad.

7. Pasos para planear su campaña

Entendemos que es difícil planear una campaña en un contexto que cambia rápidamente. Es posible que se planee una campaña pero luego algo cambie y sea preciso responder. Como activistas, debemos ser flexibles y reaccionar a los eventos a medida que ocurren.

Recuerde que siempre puede pedir nuestra ayuda. Estamos aquí para asistirle durante su campaña. Podemos ayudarle a identificar casos de discriminación por edad (o dónde puede ocurrir) de no tenerlo claro, y ayudarle a planear qué hacer al respecto.

Voces de las personas mayores

Es fundamental que los afectados por una crisis sean la voz principal dentro de cualquier campaña. Las personas mayores tienen una perspectiva de primera mano sobre los efectos de la pandemia, así como sobre el impacto de respuestas discriminatorias y del estigma que pueden estar sufriendo. Debemos asegurarnos de que la voz de las personas mayores esté en el centro de nuestras campañas.

Principios que deben apuntalar su campaña:

1. Las perspectivas únicas de las personas mayores deben ser centrales para el diseño de su campaña.
2. Las historias y voces únicas de las personas mayores deben ser centrales para las comunicaciones de su campaña.
3. Se debe apoyar el que las personas mayores aboguen por sí mismas de modo que su participación no sea simbólica.

Hable con las personas mayores sobre sus experiencias, preocupaciones y esperanzas para el futuro. Escuche a personas mayores de diferentes contextos, incluyendo mujeres, hombres, personas con discapacidad y personas viviendo en diferentes entornos. Sus experiencias deberían informarle en qué hacer campaña, y cuáles son sus mensajes clave. Consulte con personas mayores sobre el tema principal que desea abordar con su campaña, y pídale que lideren o participen en acciones de la campaña cuando sea posible.

Hable con las personas mayores en línea o por teléfono, para no propagar ni contraer el virus. Si han tenido experiencias de discriminación o han vivido algo traumático, asegúrese de poder aconsejarles sobre dónde buscar apoyo o presentar una queja. Por ejemplo, pueden presentar una queja ante su institución nacional de derechos humanos, comisión de igualdad o defensoría del pueblo.

Debe contar con el consentimiento explícito de la persona para usar su historia en la campaña. HelpAge no puede usar historias ni fotos sin el consentimiento de la persona mayor. Esto quiere decir que es preciso informar a la persona sobre lo que está escrito en el [Aviso de privacidad](#) y [formulario de consentimiento](#), y preguntarle si podemos usar sus historias y fotos en nuestras comunicaciones.

a) Analizar el problema

- Averiguar cuál es la propuesta de respuesta de su gobierno frente al COVID-19. ¿Cuál ha sido la respuesta del gobierno hasta ahora? ¿Cuál es el impacto en las personas mayores?
- Identificar las tendencias políticas, culturales, sociales y ambientales que rodean la respuesta de su gobierno al COVID-19. Esto le ayudará a entender mejor qué está ocurriendo ahora y qué puede ocurrir en el futuro. Este es un [mapa de contexto](#)⁵ que le ayudará.
 - ¿Cómo podrían cambiar estas tendencias en el transcurso de la pandemia?
 - ¿Cómo ha sido la respuesta del gobierno frente al COVID-19 hasta ahora? ¿Cómo podría cambiar?
 - ¿Cuál será el impacto sobre las personas mayores?
- Evaluar el impacto de la respuesta en los derechos de las personas mayores hasta el momento. Ver las secciones 2 y 3 para información adicional sobre esto.
- Escuchar lo que dicen las personas mayores sobre sus experiencias con el COVID-19 hasta ahora. Hablar con ellos **por teléfono o en línea** para no propagar ni contraer el virus. [Revisar aquí nuestra guía para estudios de caso](#) y [cómo garantizar un consentimiento informado](#)⁶.
- Usar la información que ya ha recolectado para orientar el objetivo de su campaña.

b) Escribir su objetivo

Use los resultados de su análisis de contexto para decidir qué quiere conseguir con su campaña. ¿Qué quiere haber logrado

para septiembre de 2020? Su objetivo debe ser relevante para los objetivos generales de la campaña descritos anteriormente.

c) Decidir a quién se dirige la campaña

¿Quién puede implementar el cambio que usted desea ver? Es preciso identificar quién es su objetivo principal; la persona que finalmente puede implementar el cambio deseado. [Este recurso de mapeo de poder](#)⁷ puede ayudarle a hacer un mapa de las partes interesadas según cuán influyentes son y en qué medida están de acuerdo con sus ideas, y puede ayudarle a hacer un mapa de las rutas para influenciar a su objetivo principal (está disponible en varios idiomas).

Sea específico con respecto a su objetivo principal. Nombre a una persona dentro de una organización u organismo, no únicamente a la organización u organismo en sí. Por ejemplo, su objetivo principal puede ser la Sra. Rodríguez en el Ministerio de Salud o el Sr. Pérez, corresponsal de envejecimiento en el diario Daily Star.

d) Escribir sus mensajes clave

Los mensajes clave son aquellos mensajes centrales que usted desea que su persona objetivo escuche y recuerde. Use mensajes clave en todas sus tácticas. Es posible que deba responder ante nuevos problemas emergentes, así que quizás necesite un conjunto de mensajes clave para cada problema ante el cual quiera responder.

Asegúrese de que sean claros, precisos, memorables y respaldados por la evidencia que usted ha encontrado en su análisis. Esta es una plantilla que le ayudará.

⁵ <https://mobilisationlab.org/resources/context-map/>)

⁶ <https://helpage.box.com/s/u3qzez5jfs01nxtfbf5dhndlhoozmjha>

⁷ <https://beautifulrising.org/tool/power-mapping>

1. Lo que está pidiendo: Una breve declaración sobre lo que quiere cambiar. Debe ser positiva e inspiradora.
2. Por qué lo está pidiendo: Por qué la campaña quiere lograr eso, por qué algo debe cambiar, o la razón detrás de la acción de la campaña.
3. Lo que está en juego: Qué va a pasar si este cambio no ocurre.
4. La medida que le gustaría que la persona objetivo tome. Explíquela de manera clara y específica.

Adaptado de <https://www.endvawnow.org/>

e) Tácticas

¿Qué tácticas llamarán la atención de su objetivo principal y secundario? Primero, piense sobre lo que quiere decir, a quién quiere decírselo y la mejor manera de hacerlo.

Recuerde que debe emplear más de una táctica durante el transcurso de los tres meses de la campaña. Quizás deba emplear diferentes tácticas en diferentes momentos, en respuesta a eventos a medida que se desarrollan. Realice una línea del tiempo en la que se detalle cuándo se implementa cada táctica.

Solicite a personas mayores liderar o participar en acciones de la campaña cuando sea posible, sin ponerlas en riesgo de contraer el virus.

Este es un momento difícil para actuar porque muchos estamos bajo medidas de distanciamiento. ¡Pero este es el momento de ser creativos! Estas son algunas ideas de tácticas que se pueden implementar desde casa:

- Reuniones en línea con las personas objetivo.

- Piense en dónde tiene presencia en línea la persona objetivo y qué canales priorizar. Algunas personas pueden ser activas en [Twitter](#) o [LinkedIn](#).
- Use sus redes sociales para dar a conocer su mensaje clave. Revise [Box](#) regularmente para conocer los activos de redes sociales de HelpAge, que se actualizan semanalmente.
- Escriba cartas a las personas objetivo. Solicite a los activistas mayores que lo hagan también.
- Escriba una carta abierta a una persona objetivo y publíquela en línea. [Vea este ejemplo](#) de organizaciones de envejecimiento en el Reino Unido.
- Cree una petición usando una herramienta como change.org (**asegúrese de leer su guía antes para que la petición sea efectiva**).
- Presente quejas sobre instancias de discriminación ante su institución nacional de derechos humanos, comisión de igualdad o personería del pueblo.
- Vincúlese con la radio para transmitir mensajes. [Consulte nuestra guía aquí](#).
- Escriba comunicados de prensa o declaraciones en respuesta a decisiones de políticas o eventos. Escriba editoriales de opinión o cartas a editores de periódicos.
- Relaciónese con periodistas para que estos, en conferencias de prensa u otros foros, les hagan preguntas en su nombre a quienes toman las decisiones. Envíeles correos electrónicos, llámelos o búsquelos por redes sociales como Twitter.

- Trabaje en coalición con otras organizaciones para amplificar sus mensajes y llegar a una audiencia más amplia. ¡Piense de manera creativa! ¿Hay otras organizaciones de la sociedad civil con las que podría unir fuerzas?

Manténganos informados sobre cuándo realizará acciones de la campaña, de modo que podamos apoyarlo mediante nuestros canales de comunicación.

f) Monitorear la situación y su progreso

Monitoree constantemente la situación. Recorra a su análisis de contexto. ¿Algo ha cambiado? Monitoree los casos de discriminación por edad y el impacto de las respuestas en los derechos de las personas mayores. Es posible que deba cambiar su persona objetivo para implementar una nueva táctica de campaña, dependiendo de los acontecimientos durante la pandemia.

Cómo comunicarse en tiempos de COVID-19

Queremos comunicar que las personas mayores corren un mayor riesgo de sufrir los impactos del COVID-19, pero sin reforzar estereotipos de vulnerabilidad. Si bien las personas mayores corren un mayor riesgo de sufrir complicaciones debido al COVID-19, esta no es una “enfermedad de las personas mayores”. Todos corremos el riesgo de ser afectados por el COVID-19, y todos podemos ayudar a detener la propagación del virus. [El Frameworks Institute](#) tiene guías útiles sobre cómo garantizar que seamos efectivos e incluyentes en la manera en la que nos comunicamos.

8. Información útil

- [HelpAge Brief - Everyone Matters⁸](#)
- [Centro de HelpAge para el COVID-19, que contiene orientación técnica y vínculos a próximos webinars⁹](#)
- [Organización Mundial de la Salud¹⁰](#)
- [Centro de recursos de Coronavirus de la Universidad John Hopkins¹¹](#)
- [Devex: ¿Cómo hacer defensoría en tiempos de COVID-19¹²](#)
- [COVID-19 y Derechos Humanos: Estamos juntos en esto¹³](#) (Naciones Unidas)
- [Informe de políticas: El impacto el COVID-19 en las personas mayores](#) (Naciones Unidas)

¡Manténgase a salvo! Con esperanza y en solidaridad,
Ellie y Jemma

⁸ <https://www.helpage.org/what-we-do/covid19-everyone-matters/>

⁹ <https://www.helpage.org/what-we-do/coronavirus-covid19/>

¹⁰ <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

¹¹ <https://coronavirus.jhu.edu/>

¹² <https://www.devex.com/news/opinion-how-to-advocate-effectively-in-the-age-of-covid-19-96812#.XnofohcBGb0.twitter>

¹³ https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/un_policy_brief_on_human_rights_and_covid_23_april_2020.pdf

campaigns@helppage.org