



# ESCRIBIR SIN EDADISMO, ESCRIBIR CON GEROACTIVISMO.

---

*Guía de estilo para comunicar de forma responsable, objetiva y realista sobre las personas mayores en Chile.*



Una publicación de: Agnieszka Bozanic L.  
Fundación GeroActivismo

**Colabora:**  
Bricofem

**Patrocina:**  
Fundación GeroActivismo

**Diseño:**  
Bricofem

Permitida su reproducción, total o parcial,  
así como su traducción a cualquier idioma,  
siempre y cuando se cite la fuente y no se  
utilice con fines lucrativos.

Esta publicación se encuentra disponible  
para descargas en el sitio web:

[www.geroactivismo.com](http://www.geroactivismo.com)

## PRÓLOGO

Esta guía es un insumo dirigido a profesionales que trabajan en las comunicaciones y a quienes les haga sentido mostrar de forma responsable, objetiva y realista a las personas mayores en los diversos medios de comunicación en Chile. **El objetivo de esta guía es educar y sensibilizar sobre el uso pertinente y actualizado de los términos para referirse a las personas mayores, además de otras prácticas adecuadas.**

Los estereotipos acerca de las personas mayores están presentes en nuestra cultura y sistema social, y se aprenden durante el proceso de socialización junto a otras creencias y valores. Investigaciones señalan que a muy temprana edad se comienzan a interiorizar las creencias sesgadas, negativas y poco realistas sobre el envejecimiento, la vejez y la edad, luego las mantenemos en la adolescencia, juventud y adultez, para finalmente vivirlas como una profecía auto cumplida cuando traspasamos la barrera de los 60 años, es decir, nos comportamos según los mandatos que tiene la sociedad con relación a nuestra edad. **Estos estereotipos, en combinación con prejuicios y conductas, constituyen el edadismo, un tipo de discriminación que vulnera los derechos de las personas mayores y, por ende, aumenta el riesgo de exclusión social.**

Como personas insertas en esta sociedad edadista debemos ser muy observadoras de cómo estas creencias permean nuestro ejercicio profesional y ser muy cuidadosas en cómo comunicamos e informamos. Está en nuestras manos contribuir a esta transformación social. Concordando con Bravo-Segal (2018, p.21):

***“La actitud pasiva frente al discurso edadista se traduce en una complicidad de los malos tratos y violencia simbólica que experimentan las personas mayores”.***

## Para tu conocimiento, este instrumento ha sido escrito desde tres enfoques:

### ANTI-EDADISTA:

El edadismo se encuentra naturalizado, es sutil y generalmente inconsciente. **Su carácter implícito limita el ejercicio para identificar sus diversas manifestaciones en diferentes niveles y se tiende a reducir a expresiones más explícitas y agresivas, como maltrato físico en residencias o bajas pensiones.** Es preciso reconocer y comprender esos marcos de referencia que orientan nuestra realidad de forma inconsciente e irreflexiva para lograr plasmar en nuestro quehacer profesional una visión antiedadista del mundo –una visión en contra de la discriminación por edad– que logrará contribuir a la construcción de una contracultura positiva. Esto requiere de un proceso interno de deconstrucción en edad para establecer los edadismos interiorizados que van limitando nuestra propia experiencia de envejecer.

### DERECHOS HUMANOS:

Las personas mayores son sujetos de derechos, no objetos de caridad y protección. Por lo mismo es urgente revertir y transformar los procesos de discriminación y subordinación que viven las personas mayores. Los medios de comunicación tienen influencia directa en la conformación de pensamientos y comportamientos que circulan en la sociedad, por lo cual se les ha identificado como posibles precursores del cambio y promotores de un imaginario realista acerca de las personas mayores en que se destaquen las aportaciones y el valor de este grupo etario, adoptando un trato considerado y digno (UN, 2002).

### GÉNERO:

**En esta etapa vital, al igual que las que la anteceden, las mujeres se encuentran en desventaja respecto a sus pares. A ellas se les penaliza doblemente: por ser mujeres y por ser mayores.** En este contexto, se hace urgente abogar por la igualdad de género y eliminar las brechas, para que tanto mujeres como hombres puedan lograr un acceso a oportunidades que les permita ejercer plenamente sus derechos. Esto indica que los medios de comunicación deben ser imparciales en el trato hacia este grupo etario, con el fin de contribuir en la erradicación de factores de desigualdad, discriminación y violencia, que permitirá la construcción de identidades que no se basen en comportamientos que históricamente han sido asignados y que generen una distribución justa de los roles (CEPAL, 2019).

Nuestro propósito como Fundación GeroActivismo es ayudar en la construcción de una sociedad inclusiva y equitativa con todas las edades, donde prevalezca la solidaridad intergeneracional. Por esto, promovemos una mirada positiva del envejecimiento, vejez y la edad, visibilizando la multiplicidad de manifestaciones de los edadismos hacia las personas mayores y las consecuencias de éstos, realizando educación y formación, así como asesorías e investigación en el área. Esperamos que este instrumento pueda contribuir a pavimentar este camino para las personas mayores de hoy y las del mañana.

# CONCEPTOS BÁSICOS

A continuación, se definen algunos conceptos. Al ser una guía de estilo no pretende ser muy exhaustiva en el desarrollo de estos.

## ENVEJECIMIENTO POBLACIONAL:

Proceso intrínseco de la transición demográfica. La disminución de la natalidad y el progresivo aumento de la esperanza de vida de las personas impactan directamente en la composición por edades de la población al reducir relativamente el número de personas en las edades más jóvenes y engrosar los sectores con edades más avanzadas (UN, 2015)

## ENVEJECIMIENTO INDIVIDUAL:

Proceso universal (todos los seres vivos envejecen), intrínseco (inevitable y parte de la genética de los seres vivos), progresivo (generado a lo largo del curso de vida), deletéreo (produce alteraciones en los organismos, afectando las funciones fisiológicas) y heterogéneo (ningún envejecimiento es igual a otro) (LAZARUS, & LAZARUS 2006).

## VEJEZ:

Etapas de vida entendida como una construcción social basada en normas y expectativas sobre la edad, en función de las diferencias individuales y los cambios históricos, culturales, sociales y económicos.

## TERCERA EDAD:

Tramo etario que comprende desde los 60 años y hasta los 79 años. En Chile, 19,3% del total de la población corresponde a personas mayores. En cuanto a la composición por sexo, se observa que el 55% son mujeres (ENCUESTA CASEN, 2017).

## CUARTA EDAD:

Tramo etario que comprende desde los 80 años y más. En Chile, 3,22% del total de la población corresponde a la cuarta edad. En cuanto a la composición por sexo, se observa que el 63,3% son mujeres (ENCUESTA CASEN, 2017).

## EDADISMO:

Es una combinación de estereotipos (creencias), prejuicios (sensaciones) y conductas (acciones) discriminatorias hacia las personas en base a su edad cronológica. Si bien existe edadismo en contra de niñas, niños y adolescentes, el término se usa predominantemente en relación con el tratamiento hacia personas mayores. Es un tipo de discriminación más prevalente que el racismo y el sexismo (EUROPEAN SOCIAL SURVEY, 2008). En Chile, el 34% señala haber sentido discriminación por edad versus 15% género y 9% color de piel (VISIÓN HUMANA, 2018). Está ampliamente aceptada y escasamente cuestionada. Tiene serias consecuencias para la salud física y psicológica, además de tener impacto económico, amplificando el coste de determinadas afecciones de salud.

## GERASCOFOBIA:

Miedo a envejecer

## GERONTOFOBIA:

Miedo y rechazo a las personas mayores

## GERONTOCIDIO:

Abandono hasta la muerte o el asesinato de personas mayores.

## MICROEDADISMOS:

Pequeños gestos edadistas, algunos de ellos muy sutiles que reproducen y perpetúan los roles de edad y, en definitiva, una violencia "suavizada" en contra de las personas mayores.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO PERPETUADORES DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA V/S AGENTES DE CAMBIO

.....

Los medios de comunicación tienen un rol clave en la construcción social de la realidad (CHOMSKY Y HERMAN, 1990), **su contenido influye en las interacciones cotidianas, incluida la forma en que nos relacionamos con las personas mayores**, así como la forma en que nos vemos a futuro. En este contexto, los medios de comunicación tienen un rol fundamental en la interiorización de estereotipos de envejecimiento, vejez y edad.

Con respecto a la prensa, Bravo-Segal (2018) señala que los medios de comunicación chilenos violentan sistemáticamente a las personas mayores. Este edadismo representaría una violencia simbólica que reproduce e impone creencias dominantes que se normalizan con su reproducción continua.

En los medios de comunicación visuales como programas de televisión, anuncios impresos y televisivos, fotografías y materiales de video, Loos e Ivan (2018) hablan de **“edadismo visual” entendido como aquella práctica social de subrepresentar o tergiversar visualmente a las personas mayores (YLÄNNE, 2015), especialmente a las de la cuarta edad (KESSLER ET AL. 2010)**. Existe una representación negativa como carga financiera para la sociedad (WALKER, 2012), se les asignan roles menores o periféricos y cuando se las retrata con atributos positivos (que siempre son menos que otros grupos etarios), estos retratos son irreales, exagerados o distorsionados. En un estudio señaló que sólo el 15% de las imágenes de los medios impresos muestran a personas mayores de 50 años, a pesar de que este grupo de edad hace hasta un tercio de la población estadounidense (HSU, 2019).

El discurso tradicional sobre la vejez se basa en un imaginario social colectivo ligado a enfermedad, deterioro de las capacidades; decadencia; e improductividad (BRAVO-SEGAL, 2018). Los medios de comunicación representan a las personas mayores desde una visión paternalista y condescendiente como objetos de caridad en vez de sujetos de derechos. Lo anterior **no refleja la variabilidad de las vejeces, reduce a determinados roles a este grupo etario, lo que promueve una visión negativa de la vejez y el envejecimiento, funcionando como un agente perpetuador de edadismo (BOZANIC, 2020)**. Por esta razón, un cambio de paradigma con respecto al papel de los medios de comunicación es fundamental. Los medios de comunicación deben ser agentes de cambio que promuevan un tratamiento informativo adecuado que contribuyan a la construcción de imaginarios sociales colectivos positivos.

# FRASES SOBRE EL ENVEJECIMIENTO, VEJEZ Y EDAD



A continuación encontrarás algunos ejemplos concretos y frases comunes que denotan ciertos estereotipos y algunos microedadismos.

## “TODAS LAS PERSONAS MAYORES SON IGUALES”

Expresión despectiva que pretende homogeneizar las características personales de las personas mayores. No es lo mismo ser mujer u hombre; tener 60 o más de 100 años; tener escolaridad básica o universitaria; vivir en lo urbano o rural, o nacer en un país como Chile u Holanda; pertenecer a una etnia, ser población LGBTI+ o afrodescendiente; tener las capacidades cognitivas y físicas intactas; o ser pobre. Por otro lado, cada historia biográfica da cuenta de una larga trayectoria vital relacionada a experiencias concretas. Es importante destacar que en la vejez predomina la variabilidad más que en ningún otro grupo de edad. De hecho, por este motivo hablamos de vejeces.

## “LA VEJEZ SON LOS AÑOS DORADOS”

En países como Chile, la vejez está asociada a la pobreza. **86% de los hombres y 93,3% de las mujeres que se jubilan en Chile reciben una pensión inferior a \$150.519** (FUNDACIÓN SOL, 2015). Por otro lado, las bajas pensiones y el alto costo de vida obligan a las personas mayores a permanecer en el mercado laboral, muchas veces en puestos de trabajo informales y de mala calidad. De hecho, el 66% lo hacen por necesidad económica según la Encuesta de Calidad de Vida en la Vejez (2018).

## “LAS PERSONAS MAYORES SON CARGA ECONÓMICA”

Constantemente se señala a las personas mayores como un colectivo inactivo, improductivo y un grupo que ejerce una fuerte presión sobre el gasto público a través de las pensiones. Por el contrario, las personas mayores son productivas. Por una parte, **25% de quienes se jubilan son parte del mundo del trabajo** (ENCUESTA DE CALIDAD DE VIDA EN LA VEJEZ, 2017), **teniendo la tasa de empleos informales más alta del país con casi un 44%** (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, 2018). Por otro lado, los trabajos domésticos y de cuidado que realizan mujeres mayores son invisibilizados, no remunerados y, muchas veces, se les resta valor, aunque hay estudios que comentan que mujeres mayores de 70 años siguen trabajando hasta 40 horas semanales (COOPERATIVA DE ECONOMÍA FEMINISTA DESBORDADA, 2020).

## “TODAS LAS PERSONAS ENVEJECEMOS MAL”

Está bastante aceptado que el envejecimiento es un proceso heterogéneo. Por otro lado, la salud en la última etapa del ciclo vital está relacionada con determinantes sociales, entendidas como aquellas circunstancias en que las personas nacen, crecen, viven, trabajan y envejecen. Está ampliamente demostrado que **los factores sociales como la educación, la situación laboral, el nivel de ingresos, el sexo y el origen étnico tienen una clara influencia en la salud de una persona**. Por ejemplo, cuanto más bajo es el nivel socioeconómico de una persona, mayor es el riesgo de salud deficitaria (PAHO, 2017).

### “LAS PERSONAS MAYORES SON ASEXUADAS”

Este mito es uno de los más conocidos y aceptados socialmente. Hay que distinguir una doble dimensión. Por un lado, se habla de que en la vejez desaparece todo el interés por la sexualidad, por el otro, es común referirse a la sexualidad de estas personas como algo patológico y pervertido (“viejo verde”). **Según la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (2017), un tercio de las personas mayores refieren tener una vida sexual activa y un 65% considera importante este ámbito de su vida.** Somos seres sexuales y sexuados a lo largo de toda nuestra vida, desde la vida intrauterina hasta la muerte, por lo tanto, es importante destacar que la sexualidad no termina con el fin de la vida reproductiva.

### “LAS PERSONAS MAYORES NO QUIEREN PARTICIPAR SOCIALMENTE”

Sin dudas algunas personas mayores se aíslan de la vida social y optan por llevar una vida solitaria por decisión propia. Sin embargo, entre un 35,5% y un 44,2% de las personas mayores participa socialmente en organizaciones (ENCUESTA CASEN, 2017; ENCUESTA CALIDAD DE VIDA VEJEZ, 2017) como juntas vecinales (33%), organizaciones religiosas (24%) y agrupaciones de personas mayores (21%) (ENCUESTA CASEN, 2017). En estos contextos, las mujeres son las más activas (38,4%) (ENCUESTA CASEN, 2017).

### “NO ESTOY EN EDAD”

Esta aseveración nos remite a la **creencia totalmente equivocada de que existen edades para hacer cierto tipo de actividades, desarrollar ciertos intereses o hobbies, vestir de determinada manera o usar cierto tipo de aplicaciones tecnológicas.** A la inversa, tampoco existe ropa de “señora”, colores de “vieja” o cortes de cabello de “abuela”. Todos estos ejemplos se originan desde estereotipos de edad por lo cual son nocivos y deben ser erradicados de nuestro lenguaje. A su vez, desconoce que la vejez es la última etapa de un proceso, por ende, tenemos gustos definidos que no caducan al cumplir 60 años o más

### “LOS 50 SON LOS NUEVOS 40”

Esta frase continúa poniendo el valor en edades más jóvenes, desconociendo que cada década puede traer cosas positivas a la vida de las personas.

### “YO NO ENVEJEZCO, ME VUELVO MÁS SABIA/O”

La sabiduría es una cualidad que tiende a otorgársele a las personas mayores, pero la edad no siempre proporciona sabiduría.

### “PARECES DE 15”

¿Quién no se ha alegrado cuando alguien nos dice que nos vemos más jóvenes? El edadismo autodirigido, es decir, discriminarse por la edad gracias al proceso de interiorización de estereotipos que la misma sociedad se encarga de perpetuar, es una manifestación más de vivir en una sociedad edadista.

# TÉRMINOS Y PRÁCTICAS



El lenguaje importa. Las palabras son el modo en que las personas se construyen e intervienen en lo que son y en el mundo que habitan. El buen/mal uso de los términos marca los límites del pensamiento y sus posibilidades. Es **fundamental, entonces, utilizar un lenguaje que permita la existencia de la vejez en dignidad, como una experiencia particular cercana a los derechos y no al asistencialismo.** Por otro lado, las malas prácticas, generan efectos negativos, pues implican un accionar discriminatorio, muchas veces no intencionado y originado desde el desconocimiento.

## Términos

**Abuelas/os o abuelitas/os:** no se aconseja el uso, excepto que sea una noticia relacionada con sus propias/os nieta/os. No todas las personas mayores son abuelas/os y no todas/os las/os abuelas/os son mayores. El abuelazgo es un rol social y no se debe reducir a la experiencia de la vejez.

**Viejas/os o viejitas/os:** palabra con alta carga negativa. Aunque la idiosincrasia chilena potencia el uso de diminutivos para parecer más corteses y empáticos, es un término inadecuado utilizado en gran parte para denostar.

**Adulto mayor:** no debemos usar este concepto, salvo sea en una noticia acerca de un hombre mayor. Es habitual que se utilice el plural masculino para referirse a un colectivo o grupo de personas. Evitemos errores en el lenguaje de género.

**El término correcto es “personas mayores”. Es neutral, tiene enfoque de género y de DD.HH. “Persona de avanzada edad” es otro término sugerido. También se puede utilizar adulta o adulto mayor, dependiendo si se quiere nombrar a una mujer u hombre mayor.**

**Tercera edad:** debemos evitar usar este concepto cuando se quiere referir a la totalidad de personas mayores. Cuando se usa, se debe verificar que se está informando acerca de una persona que tiene entre 60 y 79 años. Lo mismo sucede con el término cuarta edad, se ha de confirmar que la persona tiene 80 años o más.

**Nuestros mayores:** no debemos utilizarlo pues es paternalista y condescendiente. Para un trato de proximidad, es mejor hablar de nuestro entorno o sociedad.

**Todas las personas mayores:** como se ha expuesto, es un colectivo heterogéneo. Se sugiere hablar en porcentajes o sub-grupos.

**Asilo de ancianos:** al ser un concepto con alta carga negativa no se recomienda su uso. Los conceptos recomendados son residencias para personas mayores, o bien, establecimiento de larga estadía.

**Son como niños:** no infantilizar. Las personas mayores son sujetos de derechos, a pesar de su estado de dependencia física o cognitiva. Lo mismo ocurre con el término “jardín para abuelos/ancianos”. Se debe hablar de centros de día para personas mayores.

**Postrado:** gracias a la alta carga negativa y estigma, se ha dejado atrás este concepto y se invita a utilizar el término “dependiente severo”.

## Prácticas

**Lenguaje:** términos inadecuados, sin enfoque de género ni DDHH como los que se expusieron anteriormente.

**Fuente:** consultar a las mismas personas mayores es, en sí misma, una práctica que potencia la visibilidad de este grupo. El ser fuente directa de información, referencia y de opinión diversifica los discursos, especialmente cuando se habla de temas de salud, cuidados o dependencia.

**Tono emocional: el interés por alcanzar un mayor impacto en la audiencia ha provocado la búsqueda excesiva de emotividad y apelación a la compasión cuando se comunica acerca de personas mayores.** En este contexto, se conforman discursos sesgados que promueven el asistencialismo, en vez de incitar a una búsqueda activa de una visión de las personas mayores como sujetos y sujetas de derechos.

**Discurso de vulnerabilidad:** visibilizar constantemente a las personas mayores como víctimas de sucesos terribles, delitos, propensas a la soledad o enfermedades, como la demencia tipo Alzheimer, reproduce una representación de fragilidad e invitan a sobreproteger a este grupo (BRAVO-SEGAL, 2018).

**Vejez utópica:** relacionada con el envejecimiento activo o exitoso que podría generar ansiedad y culpa por no alcanzar las expectativas de la vejez vigorosa, jovial, hiperactiva (BRAVO-SEGAL, VILLAR, 2019) contribuyendo a la exclusión social, especialmente de aquellas personas que no tienen los medios para lograr estos ideales. **Los estilos de vida no son una cuestión de oportunidades o de elección.** En Chile, muchas personas mayores no pueden cumplir con las obligaciones que les impone el discurso dominante sobre el envejecimiento activo/exitoso por los determinantes sociales.

**Discursos anti-aging:** ya lo dice su nombre, “en contra del envejecimiento”. La industria mundial cosmética realza la belleza y pone como valor la juventud desconociendo que el envejecimiento es un proceso natural e incontrolable. Además de ser publicidad engañosa –el elixir de la eterna

juventud no existe– estos mensajes podrían generar ansiedad, especialmente en las mujeres, por no poder lograr los estándares predeterminados por la sociedad.

**Envejecimiento poblacional como un problema:** discursos alarmistas, catastróficos, de debacle. El sensacionalismo que tiende a presentar la vejez como un problema sanitario, social y económico. Estos adjetivos solo perpetúan estereotipos de la vejez como una carga. Si bien, el mundo envejece a pasos agigantados, es importante mostrar también las oportunidades, las fortalezas y los desafíos de esta última etapa vital.

*Sugerimos poner en valor el aporte de las personas mayores, ya sea en el ámbito privado como las labores domésticas y de cuidados no remuneradas, o en el ámbito social como las redes de apoyo comunitario. Además, se invita a focalizar en los aspectos positivos de envejecer y no solo en las enfermedades asociadas. Y, sobre todo, informar con una visión crítica sobre el rol clave del Estado en los procesos de envejecimiento individuales.*

**Uso de imágenes:** evitemos estereotipar a las personas mayores con imágenes grises, de personas tristes, enfermas, encorvadas, achacosas, que sugieran vulnerabilidad o fragilidad. Existen bancos de fotografías gratuitos que pueden ayudar a diversificar las imágenes de las personas mayores. Se invita a utilizar imágenes realistas, positivas, alegres y activas de las personas mayores si se informan noticias generales. Luego, según el tipo de información que se quiera entregar, la imagen que acompaña debe representar la realidad de la persona mayor en particular que se intenta comunicar.

**Natalicios:** si se comunica sobre el natalicio de algún/a famoso/a, se sugiere utilizar la fotografía actual y no de cuando era joven, especialmente si se habla de mujeres, ya que esta acción sigue poniendo el valor en edades más jóvenes e invisibiliza a este grupo.

## MUJERES MAYORES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Hay que subrayar que el edadismo es algo que afecta especialmente a las mujeres. **El edadismo sexista impone una doble penalización por ser mujeres y por envejecer.** En este contexto, los estereotipos de género en la vejez son muy marcados, de connotación negativa y de vulnerabilidad, limitando las experiencias de ser mujer mayor, lo que incidirá en una identidad confusa para estas.

En el cine, televisión, literatura y publicidad los estereotipos para mujeres mayores son reducidos, los cuales crean modelos ideales de belleza y comportamiento. Está el de la “bruja” mala y siempre envidiosa de la jovialidad de sus rivales; el de la señora “copuchenta”, impertinente y besucona; o bien la “abuelita” tierna, excelente cocinera, sumisa, que gusta de tejer.

Por otro lado, existe una baja –si no ausencia– presencia de mujeres mayores, desempeñando papeles de protagonista. Los personajes masculinos mayores superan en número a los personajes femeninos mayores dos a uno, y solo el 11% de los personajes masculinos en la televisión entre 50 y 64 años son percibidos como “viejos” en comparación con el 22% de los personajes femeninos (PALMORE, 2001). **En Chile, el Departamento de Estudios del CNTV (2015) señaló que 0% de las representaciones de las mujeres en TV chilena poseía pelo cano.** Esto responde a la invisibilización total de las mujeres mayores en los medios de comunicación, a pesar de que el 16% de la población femenina pertenece a este grupo etario.

Con respecto a mujeres mayores y violencia de género, los medios de comunicación generalmente asocian este tipo de violencia con mujeres más jóvenes y no con mujeres de más de 65 años; con cuerpos “bellos, esbeltos y jóvenes” y no a cuerpos “envejecidos, frágiles y/o deteriorados”. Incluso las campañas de sensibilización y los recursos especializados están escasamente enfocados hacia estas víctimas. Esto pues se mira a los cuerpos envejecidos como los que encarnan enfermedad por la pérdida de la función reproductiva que es la que sustenta la identidad femenina en esta sociedad patriarcal.

La violencia de género en la vejez tiene una particularidad: es perpetrada por la pareja con la que han convivido durante décadas y, por tanto, estas circunstancias forman parte de sus vidas. 40% de las mujeres españolas mayores de 65 años (y un 27% entre 20 y 30 años) ha sobrevivido por más de 40 años a la violencia de género perpetrada por su marido, manifestada a nivel físico, psicológico, sexual y/o económico. Esta cronicidad de la violencia hace que ellas mismas no se consideren víctimas, lo que dificulta que pidan ayuda o denuncien. De hecho, sólo un 22% acude a la policía o a los juzgados y un 34% recurre a servicios de ayuda médica, psicológica, social, o legal (JUNTA ANDALUCÍA, 2017).

# BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA Y SUGERIDA



» **BOZANIC A. (2020)**. Edadismo en tiempos de COVID-19: medios de comunicación como agentes perpetuadores de discriminación. *Revista Geronte*. 7(1):44-46. <https://drive.google.com/file/d/1fm-m49eIGF0OdoUpAngEPYOfThdZD6-yt/view?usp=drivesdk>

» **BRAVO-SEGAL, S. (2018)**. Edadismo en medios de comunicación masiva: una forma de maltrato discursivo hacia las personas mayores. *Discurso & Sociedad*. 12(1): 1-28. [http://www.dissoc.org/ediciones/v12n01/DS12\(1\)Bravo.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v12n01/DS12(1)Bravo.pdf)

» **BRAVO-SEGAL S, Y VILLAR, F. (2019)**. Envejecimiento positivo en las noticias: ¿el camino del infierno está empedrado de buenas intenciones?. *Revista española de geriatría y gerontología*, 55(1), 55–56. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2019.02.006>

» **BRAVO-SEGAL S, Y VILLAR, F. (2020)**. La representación de los mayores en los medios durante la pandemia COVID-19: ¿hacia un refuerzo del edadismo?. *Revista española de geriatría y gerontología*, 55(5), 266–271. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2020.06.002>

» **CEPAL (2019)**. Gender reloaded: Vision needs Attitude, Attitude meets Action. <https://gender-works.giz.de/wp-content/uploads/2019/02/giz-2019-en-gender-strategy.pdf?redirected>.

» **COOPERATIVA DE ECONOMÍA FEMINISTA DESBORDADA (2020)**. La crisis del sistema de pensiones chileno: una mirada desde la economía feminista. <https://cooperativadesbordada.com/la-crisis-del-sistema-de-pensiones-en-chile-una-mirada-desde-la-economia-feminista/>

» **VISIÓN HUMANA (2018)**. Chilescoopio. [http://visionhumana.cl/portfolio\\_page/informe-publico-chilescoopio-2018/](http://visionhumana.cl/portfolio_page/informe-publico-chilescoopio-2018/)

» **CHOMSKY N, Y HERMAN E. (1990)**. Los guardianes de la libertad. Traducción de Carme Castells. Grijalbo Mondadori, Barcelona.

» **CNTV (2015)**. Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de Programación Televisiva. <https://www.cntv.cl/anuario-estadistico-oferta-y-consumo-de-programacion-tv-abierta-2015/cntv/2016-07-29/173754.html>

» **EUROPEAN SOCIAL SURVEY (2008)**. Round 4 Data. <https://www.europeansocialsurvey.org/data/download.html?r=4>

» **ENCUESTA CASEN (2017)**. Resultados Adultos Mayores. [http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/Resultados\\_Adulto\\_Mayores\\_casen\\_2017.pdf](http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/Resultados_Adulto_Mayores_casen_2017.pdf)

» **ENCUESTA DE CALIDAD DE VIDA EN LA VEJEZ (2018)**. [http://www.encuestas.uc.cl/Documentos/Publicos/Archivos/Presentacion\\_CDV.pdf](http://www.encuestas.uc.cl/Documentos/Publicos/Archivos/Presentacion_CDV.pdf)

» **ENCUESTA DE CALIDAD DE VIDA EN LA VEJEZ (2017)**. <https://www.socgeriatria.cl/site/wp-content/uploads/2017/05/Libro-CHILE-Y-SUS-MAYORES.pdf>

» **GUTIÉRREZ-GONZÁLEZ F, MAUREIRA-MARTÍNEZ M. (2018)**. Medios no sexistas. Guía de definiciones y prácticas periodísticas. <http://mujeresenelmedio.org/wp-content/uploads/2018/05/Guia-Medios-No-Sexistas.pdf>

» **GEENA DAVIS INSTITUTE OF GENDER IN MEDIA (2020)**. Frail, frumpy and forgotten. <https://seejane.org/wp-content/uploads/frail-frumpy-and-forgotten-report.pdf>

» **Hsu, TIFFANY. (2019)**. "Older People Are Ignored and Distorted in Ageist Marketing, Report Finds". *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2019/09/23/business/ageism-advertising-aarp.html>.

» **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (2018)**. Boletín Informalidad Laboral. [https://www.ine.cl/docs/default-source/informalidad-y-condiciones-laborales/boletines/2018/espanol/bolet%C3%ADn-informalidad-laboral-trimestre-abril-junio-2018.pdf?sfvrsn=61f77f8a\\_3](https://www.ine.cl/docs/default-source/informalidad-y-condiciones-laborales/boletines/2018/espanol/bolet%C3%ADn-informalidad-laboral-trimestre-abril-junio-2018.pdf?sfvrsn=61f77f8a_3)

» **JUNTA ANDALUCÍA (2017)**. Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género, Andalucía, España. [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupalajda/25Noticias\\_7.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupalajda/25Noticias_7.pdf)

» **KESSLER EM, SCHWENDER C, & BOWEN CE. (2010)**. The portrayal of older people's social participation on German prime-time TV advertisements. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*. 65B(1): 97-106. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbp084>

» **LAZARUS RS, & LAZARUS BN. (2006)**. Coping with aging. Oxford University Press.

» **LOOS E, IVAN L. (2018)** Visual Ageism in the Media. In: Ayalon L., Tesch-Römer C. (eds) *Contemporary Perspectives on Ageism. International Perspectives on Aging*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-73820-8\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-73820-8_11).

» **MINISTERIO SECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO (2016)**. Guía ilustrada para una comunicación sin estereotipos de género. <http://biblioteca.digital.gob.cl/bitstream/handle/123456789/3628/SERNAM%202016-Guia%20ilustrada%20para%20una%20comunicacion%20sin%20estereotipos%20de%20genero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

» **NACIONES UNIDAS (2002)**. Declaración Política y el Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento. <https://undocs.org/es/A/CONF.197/9>

» **NACIONES UNIDAS (2015)**. World Population Ageing. [https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015\\_Report.pdf](https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf)

» **PAHO (2017)**. Determinantes de la salud. [https://www.paho.org/salud-en-las-americas-2017/?post\\_t\\_es=determinantes-sociales-de-la-salud&lang=es](https://www.paho.org/salud-en-las-americas-2017/?post_t_es=determinantes-sociales-de-la-salud&lang=es)

» **PALMORE, E. (2001)**. "The Ageism Study: First Findings." *The Gerontologist*, 41(5): 572-575.

» **FUNDACIÓN SOL (2015)**. Porcentaje de jubilados con pensiones menores \$150.510. <http://www.fundacionsol.cl/graficos/porcentaje-de-jubilados-con-pensiones-inferiores-a-150-510/>

» **YLÄNNE, V. (2015)**. Representations of ageing in the media. In J. Twigg & W. Martin (Eds.), *Routledge handbook of cultural gerontology*. London: Routledge.

» **WALKER, A. (2012)**. The new ageism. *The Political Quarterly*, 83(4), 812–819. <https://doi.org/10.1111/j.1467-923X.2012.02360.x>.

» **EAPN (2012)**. Guía de estilo para periodistas: 'Mira a las personas mayores'. <https://www.eapn.es/publicaciones/112/guia-de-estilo-para-periodistas-mira-a-las-personas-mayores>



[www.geroactivismo.com](http://www.geroactivismo.com)