## 1. Creencias e imágenes sobre las personas mayores

|  |
| --- |
| ¿Qué te sugiere la idea de “persona mayor”? |

|  |
| --- |
|  |

## 2. Empieza algo nuevo

|  |
| --- |
| ¿Qué preguntas adicionales te suscita el vídeo? |

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| Análisis y reflexión sobre el anuncio |

|  |  |
| --- | --- |
|  | ¿Qué valores, actitudes, comportamientos y acciones representan? |
| Las palomas |  |
| El color de la silla |  |
| El bastón |  |
| El vestuario de los personajes |  |
| Los planos cinematográficos |  |
| Los cambios en la música |  |

## 3. Las personas mayores en diferentes contextos

|  |
| --- |
| ¿Cómo se representa la vejez en nuestros entornos? |

|  |
| --- |
|  |

## 4. Documentándonos para construir puentes intergeneracionales

|  |
| --- |
| ¿Qué es edadismo? |

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| El edadismo – Grupo 1 |

|  |
| --- |
| Causas del edadismo |
|  |
| Efectos en la salud física y mental de los mayores, y en la economía |
|  |
| Efectos dependiendo del sexo |
|  |
| El edadismo – Grupo 2 |

|  |
| --- |
| Palabras y expresiones de ideología neoliberal asociadas al edadismo |
|  |
| Factores que determinan un mayor edadismo contra las personas mayores |
|  |
| Ejemplos de intervención para luchar contra el edadismo |
|  |

## 5. Las personas mayores: otros atributos

|  |
| --- |
| Plan de campaña sobre el edadismo |

|  |
| --- |
| Título |
|  |
| Eslogan |
|  |
| Problemática que queremos visibilizar |
|  |
| Mensaje principal |
|  |
| Narrativa de la campaña (estructura: introducción, desarrollo y cierre) |
|  |
| Roles asumidos |
|  |
| Experiencia personal con el diseño y la difusión de la campaña |
|  |

La creación de estos recursos ha sido financiada (parcialmente) por el programa de subvenciones ERASMUS+ de la Unión Europea con el nº de subvención 2022-1-DE01-KA220-HED-000085767. Ni la Comisión Europea ni la agencia nacional de financiación del proyecto, el DAAD, son responsables de su contenido ni de las pérdidas o daños derivados del uso de estos recursos.