

# El edadismo

## De la discriminación a la promesa de la felicidad

### Contextualización

Las identidades que se construyen en torno a personas mayores van, generalmente, en dos líneas contrapuestas desde el punto de vista neoliberal. En esta secuencia didáctica se trabaja, por un lado, el concepto del edadismo, entendido como la concepción estereotipada y prejuiciosa de las personas mayores, como una carga social, en detrimento del valor de la juventud. La representación de las personas mayores tiende a ser la de personas invisibilizadas, con dificultades para interactuar con las nuevas prácticas sociales propias del siglo XXI: los cajeros automáticos, la solicitud de citas en línea para un servicio, como una carga para el sistema económico (las pensiones de jubilación, por ejemplo) o para el sistema sanitario, etc. Por otro lado, en contraposición aparente con la representación anterior, se ofrece una representación romantizada de la vejez, lo que va en consonancia también con una ideología neoliberal de la vejez, concibiéndola como no existente, sino vista desde las atribuciones y acciones propias de la juventud. Es una concepción de la vejez como una época de bienestar, felicidad, como corresponde también a la cultura aspiracional que impregna todos los discursos neoliberales.

Con esta propuesta se pretende, pues, poner de manifiesto qué identidades se construyen socialmente en torno al concepto de personas mayores, a qué responden esos constructos identitarios, con qué otros temas pueden estar relacionados. Así, por ejemplo, puede relacionarse con temas como la promesa de la felicidad, el trabajo como marca personal, la importancia de salir de la zona de confort, el feminismo, la salud como un objeto económico, etc. Esta concatenación de temas permite abordar el desarrollo de la actitud crítica en función de los intereses manifestados en clase, con un planteamiento curricular abierto, flexible, centrado en el estudiante.

### Nivel

B1 en adelante

### Duración la secuencia

3 horas y 35 minutos

## Objetivos

- Activar conocimientos previos, hipótesis, creencias sobre las personas mayores.
- Analizar la construcción de las identidades/subjetividades de las personas mayores.
- Deconstruir las identidades/subjetividades generadas desde una óptica neoliberal.
- Desvelar la ideología subyacente en discursos multimodales en torno a las personas mayores.
- Describir y reflexionar sobre prácticas sociales observadas fuera del aula en torno a la vejez.
- Documentarse sobre qué ideología se esconde detrás de la construcción de identidades en torno a las personas mayores.
- Elaborar una propuesta de transformación social.

## Contenido

- Léxico en torno a la vejez (sinónimos): anciano, persona mayor, adulto mayor, etc.
- Campos semánticos relacionados con las fases de la vida: infancia, juventud, madurez, vejez.

## Lemas

cultura aspiracional, análisis crítico del discurso, discurso neoliberal, identidad, estudios críticos del discurso multimodal, interculturalidad renovada

## Bibliografía

Aznar, J. y Atienza, E. (2024). Pedagogía crítica:(Critical Pedagogy). In *The Routledge Handbook of Multiliteracies for Spanish Language Teaching* (pp. 91-103). Routledge.

## Fase 1

### Activación del tema y de creencias previas

#### Creencias e imágenes sobre las personas mayores

##### Objetivos:

- Activar conocimientos previos y creencias sobre lo que es la vejez.
- Activar vocabulario sobre el tema.

Destreza predominante: interacción oral

Duración: 10 minutos

#### Procedimiento

1. Organice a los estudiantes en pequeños grupos y pídale que realicen una lluvia de ideas sobre lo que les sugiere el término “persona mayor”.
2. Después, haga una puesta en común para que compartan las ideas que han surgido. De este modo, se activará el vocabulario previo de todo el grupo y enriquecerán las diferentes representaciones que cada estudiante tiene en torno al concepto de “persona mayor”.
3. A partir de la puesta en común, trate de construir un mapa conceptual que recoja las ideas aportadas por toda la clase.

## Fase 2

### Reflexión y cuestionamiento

#### Empieza algo nuevo

##### Objetivos:

- Comprender críticamente un anuncio televisivo.
- Analizar la construcción de las identidades/subjetividades de las personas mayores para cuestionarlas.
- Desvelar la ideología subyacente y reflexionar sobre la construcción de las identidades en el discurso multimodal.

Destreza predominante: comprensión audiovisual

Duración: 25 minutos

Recursos: [Empieza algo nuevo](#), anuncio de televisión de El publicista. La idea original de explotación del vídeo es de Joan Aznar.

#### Procedimiento

1. Tras el primer visionado, pídale al alumnado que reflexione sobre qué le ha llamado la atención y qué contrastes ha observado en el vídeo. Esta reflexión se hará de forma escalonada: primero de forma individual, luego en pequeños grupos/parejas y, finalmente, en gran grupo.
2. Proponga a la clase que, en gran grupo y mediante una lluvia de ideas, inicien en la pizarra un mapa conceptual de preguntas reflexivas. Para facilitar este proceso, puede apoyarse en las 6 W (quién, qué, por qué, dónde, cuándo, cómo). El objetivo es guiar qué se espera de ellos en esta fase de cuestionamiento. Algunos ejemplos de preguntas que pueden surgir son: *¿por qué están en el parque?, ¿qué importancia tiene la silla?, ¿cómo cambia la identidad del protagonista?, ¿qué hace al principio?, ¿qué hace a partir de tener la silla?, ¿cuándo se produce el cambio? o ¿quién es el público meta al que va dirigido el anuncio?*
3. A continuación, invite a sus estudiantes a realizar un segundo visionado del anuncio. Tras esta nueva observación y partiendo de las preguntas que han formulado previamente, pídeles que formulen nuevas preguntas reflexivas y que las compartan primero en pequeños grupos/parejas y luego en gran grupo. A partir de las preguntas, los estudiantes podrán observar nuevos matices y puntos de vista que el vídeo comunica de forma implícita.
4. Finalmente, puede llevar a cabo una reflexión sobre cómo se han construido las identidades en el discurso multimodal, en pequeños grupos o parejas. Para ello, entregue a

sus estudiantes la siguiente ficha y pídeles que la completen. Quizás muchos aspectos hayan salido ya en los estadios previos de la actividad.

### Ficha para el análisis y la 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 tipos de planos cinematográficos (generales, medios, detalles, estáticos y en movimiento)	
Los cambios de ritmo en la música	

5. Puede volver a proyectar el anuncio, si lo considera pertinente, para que los estudiantes puedan profundizar en sus observaciones y las compartan en pequeños grupos/parejas y en gran grupo. Anime a que el alumnado reflexione y se haga preguntas sobre cómo se ha construido el relato. Si lo estima oportuno, puede ayudar a sus estudiantes a hacerse nuevas preguntas compartiendo algunas de las que sugerimos a continuación: *¿Cómo se han construido las dos representaciones identitarias? ¿Qué narrativas las vehiculan? ¿Con qué imágenes? ¿Qué recursos audiovisuales se han utilizado? ¿Qué participación tienen las emociones en la construcción de las identidades? ¿Qué interacciones sociales se asocian a cada constructo identitario? ¿En qué contextos? ¿Qué es triunfar? ¿Y perder?*

## Fase 3

### Aportación de significados propios

#### Las personas mayores en diferentes contextos

##### Objetivos:

- Aportar otras perspectivas sobre la vejez ofrecidas por diferentes medios de comunicación (televisión, prensa, publicidad, redes sociales, entre otros).
- Analizar de forma crítica la imagen que se ofrece de las personas mayores y tomar conciencia de que la vejez no es una realidad homogénea.

Destreza predominante: interacción oral

Duración: 30 minutos

Recursos: aportados por los estudiantes

#### Procedimiento

1. Puede empezar pidiendo a sus estudiantes que, en parejas o en pequeños grupos, hagan una lluvia de ideas sobre cómo se representa la vejez en sus entornos cercanos (familia, medios de comunicación, sociedad, cultura, etc.).
2. Proponga a sus estudiantes que busquen fuera del aula materiales que aporten diferentes puntos de vista sobre la vejez. Pueden ser textos en sentido amplio (artículos de la prensa digital, vídeos, entradas de las redes sociales, fotografías, etc.) o experiencias propias.
3. A partir del material aportado, anime al alumnado a problematizar sobre la realidad presentada a través de la formulación de preguntas. Otorgue, preferiblemente, el rol del “entrevistador” a los estudiantes y de esta manera vaya creando el hábito de que el alumno es el que cuestiona y reflexiona. Observe qué atribuciones ofrecen de las personas mayores, si hay variedad y si hay alguna atribución nueva que no se había contemplado en las fases previas.

## Fase 4

### Documentación

#### Documentándonos para construir puentes intergeneracionales

##### Objetivos:

- Definir el concepto “edadismo”.
- Identificar las diferentes manifestaciones del edadismo en la sociedad, las principales causas y efectos.
- Analizar a qué ideología responde la construcción del edadismo.

Destreza predominante: comprensión de lectura

Duración: 30 minutos

##### Recursos:

- [Informe mundial sobre el edadismo](#) de la Organización Panamericana de la Salud
- [Artículo del periódico El Mundo: El edadismo, el último gran estereotipo de la desigualdad contra el que combatir](#)
- [Artículo del periódico El País: Eutanasia pasiva](#)

### Procedimiento

1. Lleve al aula algunos textos como los recogidos en el apartado Recursos y pida a los estudiantes que los utilicen como base para documentarse y redactar una definición lo más completa posible sobre el concepto “edadismo”.

Una vez que todas las parejas o grupos hayan elaborado su definición, proponga al grupo construir entre todos una definición consensuada que recoja las ideas principales aportadas por cada equipo.

2. En gran grupo, invite a sus estudiantes a que comenten las diferentes manifestaciones del edadismo en la sociedad, sus posibles causas y sus principales efectos.

Una vez compartidas las primeras ideas, divida su clase en dos grupos grandes y, dentro de ellos, organice el trabajo en parejas. Asigne a cada pareja la tarea de buscar información para profundizar sobre el tema y luego compartirla con el resto de la clase. Para guiar la búsqueda de información, le sugerimos las fichas de trabajo que se muestran a continuación. Si deciden utilizar otras fuentes de internet, conviene recordarles que se aseguren de utilizar páginas web fiables. Puede sugerirles las páginas que recogemos en el apartado Recursos de esta actividad.

## Fichas para identificar diferentes manifestaciones del edadismo, causas y efectos, y localizar ejemplos de intervención

### Grupo 1

1. Causas del edadismo:
2. Efectos en la salud física y mental de los mayores, y en la economía:
3. Efectos dependiendo del sexo:

### Grupo 2

1. Palabras y expresiones de ideología neoliberal asociadas al edadismo:
2. Factores que determinan un mayor edadismo contra las personas mayores:
3. Ejemplos de intervención para luchar contra el edadismo:

### Propuestas alternativas

También puede incluir documentación sobre la romantización de la vejez y el estereotipo del “joven eterno”, ejemplificado por personas mayores que adoptan comportamientos juveniles debido a su carácter consumista. Esta propuesta permite profundizar en el estereotipo neoliberal de la vejez sobre el que se ha reflexionado en la fase 2.

## Fase 5

### Producción para la transformación social

#### Las personas mayores: otros atributos

##### Objetivos:

- Dar a conocer una postura reconstruida en torno a la vejez.
- Fomentar un posible diálogo intercultural e intergeneracional.

Destreza predominante: interacción oral

Duración: 120 minutos

Recursos: [Programa de mujeres mayores de 65 años GAIA](#) del Marco Estratégico Tenerife Violeta

#### Procedimiento

1. Para iniciar esta fase, pida a sus estudiantes que, en parejas o en grupos de tres, elijan una problemática concreta que afecte a las personas mayores en la sociedad actual y que se haya tratado a lo largo de la secuencia. Por ejemplo: dificultades en el uso del transporte público, barreras en el acceso y manejo de herramientas tecnológicas o discriminación laboral por edad.
2. Indíqueles que el objetivo de esta actividad es diseñar una campaña en vídeo para ofrecer una imagen distinta a las estereotipadas de las personas mayores.  
Para ello, cada grupo deberá definir: la narrativa o el mensaje central de la campaña, un título representativo y un eslogan que refuerce la idea principal. Por ejemplo, “soy mayor, no me hables como a mi nieto/a” o “soy mayor y he trabajado para tus derechos”.  
Si lo considera necesario, a modo de inspiración, puede mostrarles la campaña de comunicación de la Consejería Delegada de Igualdad del Cabildo de Tenerife dirigida a mujeres mayores de 65 años y a su entorno (véase el apartado Recursos).

Pautas para la grabación de la campaña:

- a) Título de la campaña: un título breve que refleje el mensaje principal.
- b) Eslogan: una frase que resuma el objetivo de la campaña.
- c) Problema que queremos visibilizar: describir en pocas líneas el problema sobre el que se quiere llamar la atención.
- d) Mensaje principal: ¿qué queremos que las personas cambien después de ver el vídeo?

- e) Estructura sugerida: introducción (captar la atención), desarrollo (situaciones o ejemplos que se van a mostrar) y cierre (refuerzo del mensaje que se desea transmitir).
  - f) Reparto de roles: Quién graba, quién actúa, quién edita o presenta.
3. Después de realizar el visionado de las campañas de los compañeros, deben seleccionar al menos una de ellas y mostrársela a tres personas de su entorno con el objetivo de abrir un diálogo en torno al mensaje y la reflexión que propone la campaña. Si los estudiantes lo desean, pueden escoger más de un vídeo.
  4. Proponga al alumnado que presente en clase, de forma oral o escrita, la experiencia vivida: desde la planificación y creación de la campaña hasta las conversaciones mantenidas con las personas externas al aula. Además, anímeles a difundir su campaña en su entorno inmediato: en el centro educativo, en su barrio o a través de redes sociales.

## Notas

### Observaciones de cierre

Finalizado el desarrollo de la actividad, es interesante destacar cómo un tema esbozado en la secuencia puede desencadenar en una nueva secuencia. En este caso, a partir de la campaña de comunicación comentada del Cabildo de Tenerife, se puede abordar en una nueva secuencia sobre el tema del feminismo en toda su complejidad e interseccionalidad. Otra posibilidad es abordar el tema de salir de la zona de confort (algo propiciado desde los discursos neoliberales), que plantea el eslogan del anuncio de Ikea, o la conceptualización de la felicidad.

En cuanto a la evaluación, esta se llevaría a cabo atendiendo a criterios explicitados y negociados sobre lo que implica ser una persona crítica: reflexionar sobre las propias creencias, cuestionar y cuestionarse, documentarse, aportar materiales para visibilizar temas, tomar conciencia de la representación de los hechos y de la construcción de las identidades y de la otredad, participar en propuestas de transformación social, etc. Desde el punto de vista formativo, debe considerarse siempre el proceso gradual de cuestionamiento que va desarrollando el estudiante.

Citar como: González-Lozano, Javier, García-Romeu, Juan, Márquez Guzmán, Daniel y Čičmanec, Róbert (2025) *Manual de actividades para el desarrollo de la actitud crítica*. <https://criterion-ele.com/manual-de-actividades/>



**Co-funded by  
the European Union**

[www.linkedin.com/company/criterion-ele](http://www.linkedin.com/company/criterion-ele)

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.