



Consulta la buena práctica



@bizanvg

**RED SOCIAL EN INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA
CUESTIONAR ESTEREOTIPOS DE EDAD Y LUCRAR
CONTRA EL EDADISMO Y EL VIEJISMO**

■ BIZAN ■
ESPERIENTZIAK BIZITASUNAREKIN
BAT EGITEN DUEN TOKIA
DONDE EXPERIENCIA Y VITALIDAD
SE UNEN



**Ayuntamiento
de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteizko
Udala**

ÍNDICE

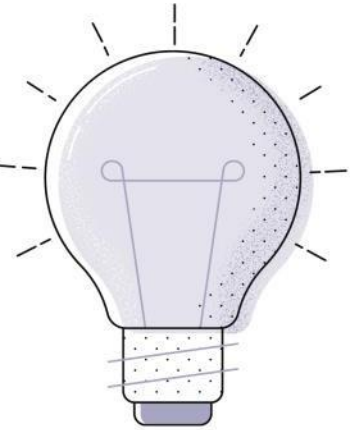
1. RESUMEN DE LA BUENA PRÁCTICA	3
2. ÁMBITO DE ACTUACIÓN.....	3
3. PERSONAS BENEFICIARIAS	4
4. TIPO DE ACTIVIDAD	4
5. ÁMBITO TERRITORIAL.....	5
6. DESCRIPCIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA	5
7. JUSTIFICACIÓN	9
8. OBJETIVOS	11
9. PALABRAS CLAVES.....	12
10. TEMPORALIZACIÓN	13
11. HITOS	13
12. RECURSOS	13
13. FINANCIACIÓN	14
14. ALINEACIÓN CON OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)	14
15. COHERENCIA CON LOS PRINCIPIOS DEL MODELO DE ATENCIÓN INTEGRAL Y CENTRADA EN LA PERSONA (AICP)	15
16. COHERENCIA CON LOS CRITERIOS COMPLEMENTARIOS	19

1. RESUMEN DE LA BUENA PRÁCTICA

@bizanvg es la cuenta que BIZAN tiene en Instagram y Facebook. Busca cuestionar los estereotipos de edad y luchar contra el edadismo a través de su contenido. Además de forma transversal también da a conocer el trabajo de BIZAN: programación y recursos.

Sus objetivos incluyen la sensibilización de la población frente a los estereotipos de edad y el edadismo, además del fomento de una imagen positiva y activa de las personas mayores.

Su metodología se basa en la colaboración con personas mayores, expertos en diferentes campos y personas de todas las edades que rompen estereotipos para la creación de contenido original y creativo en sus diversas líneas editoriales.



2. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

Detallar el ámbito de actuación marcando con una X la opción u opciones que correspondan de la siguiente tabla:

Personalización, integralidad y coordinación: experiencias aplicadas de atención o de intervención que favorezcan la autonomía personal, la independencia funcional, el bienestar y la participación de las personas que tienen necesidad de apoyos.	
Productos de apoyo y TIC: diseño y/o implementación de tecnologías, productos de apoyo y TIC para favorecer la autonomía, la independencia, el bienestar y la seguridad, tanto de las personas que tiene necesidad de apoyos como de las personas que les atienden o cuidan.	
Entorno físico y comunitario: experiencias que desarrollen el diseño arquitectónico, mejoras relacionadas con el entorno residencial de la persona, actuaciones ambientales dirigidas a favorecer la accesibilidad, etc.	
Desarrollo organizativo y profesional: Innovaciones organizativas, metodológicas o normativas que medien o favorezcan la aplicación del modelo, a través de cambios normativos, instrumentos de evaluación, adaptaciones en los sistemas de organización y gestión de los centros y recursos, coordinación sociosanitaria, metodologías e instrumentos de atención personalizada, adaptación de perfiles profesionales y formas de actuación.	X
Acciones de comunicación: aquellas experiencias relacionadas con medios de comunicación dirigidas a romper los estereotipos e imágenes erróneas sobre la vejez, discapacidad, enfermedad, etc., que propongan una visión que ponga en valor a las personas.	X
Generación de conocimiento: iniciativas dirigidas a la investigación, evaluación, publicaciones, entornos académicos que favorezcan la generación de conocimiento y visibilicen los avances en nuevos modelos de atención y/o cuidados.	X
COVID-19: se refiere a aquellas iniciativas que hayan nacido o se hayan tenido que ajustar específicamente en el marco de la pandemia del virus de la COVID-19.	

3. PERSONAS BENEFICIARIAS

Detallar las características de las personas beneficiarias marcando con una X la opción u opciones que correspondan:

Personas mayores	X
Personas con discapacidad	
Personas en situación de dependencia	
Familias	X
Profesionales	X
Sociedad en general	X
Otro/s	
<p>Describe las características principales de las personas beneficiarias de la experiencia: Los dos canales tienen poblaciones diana diferenciadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram población entre los 20 y los 40 años. • Facebook población de los 40 años en adelante. 	

4. TIPO DE ACTIVIDAD

Detallar el tipo de actividad de su entidad marcando con una X la opción u opciones que correspondan:

Centro residencial	
Comunidades, viviendas, domicilios	
Centros ocupacionales	
Centros de día	
TAD, SAD	
Escuelas, universidades y otros centros educativos	X
Lugares y centros de trabajo	
Políticas públicas	X
Transporte	
Ocio	X
Cultura	X
Deporte	
Otro/s	
<p>Describe el tipo de actividad de la entidad que lleva a cabo la buena práctica: @bizanvg traslada la acción educativa al entorno digital entendiendo este como una forma de tener mayor impacto a medio-largo plazo no sólo en lo local sino también a nivel global.</p>	

5. ÁMBITO TERRITORIAL

Detallar el ámbito territorial de su entidad marcando con una X la opción que corresponda, especificando la zona de actuación:

Local (Especificar municipio): Vitoria-Gasteiz, País Vasco	X
Provincial (Especificar provincia):	X
Autonómico y regional (Especificar comunidad autónoma y/o región):	X
Estatal	X
Unión Europea	
Internacional	X
Indique el lugar/es en los que se desarrolla la buena práctica: Aunque las redes sociales se gestionan con una mirada local tienen alcance internacional.	

6. DESCRIPCIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Describa a continuación, de forma detallada, en qué consiste la buena práctica, metodología empleada, fases de implementación, etc. (máximo 2.000 palabras):

El canal @bizanvg es una plataforma digital para cuestionar los estereotipos de edad y luchar contra el edadismo a través de la sensibilización y la educación. Para lograrlo, se utiliza una metodología que se basa en la creación de contenidos innovadores, atractivos y de calidad que buscan fomentar la reflexión y el diálogo en torno a este tema.

Estas son las líneas que se trabajan:

- Promover una imagen positiva de las personas mayores
- Cuestionar los estereotipos y prejuicios hacia la vejez
- Fomentar la intergeneracionalidad y el voluntariado.
- Ofrecer testimonios de personas mayores inspiradoras
- Destacar la contribución de las mayores a la sociedad
- Sensibilizar sobre la discriminación por edad
- Ofrecer recomendaciones y recursos para el envejecimiento activo
- Generar humor y entretenimiento sin reforzar estereotipos

- Compartir noticias y eventos relacionados con la vejez
- Interactuar con la audiencia y promover la participación

El canal ha pasado por varias fases de implementación: la investigación sobre los estereotipos que afectan a las personas mayores; la definición de objetivos y líneas editoriales; la puesta en marcha de los canales y de la estructura de personal y organizativa para sostener esta iniciativa; y desarrollar una estrategia para continuar expandiendo su alcance y relevancia en la sociedad haciendo crecer el número de seguidores.

Además, simultáneamente, se desarrolla una estrategia educativa de charlas, seminarios y actividades intergeneracionales de sensibilización y formación en edadismo fuera del medio digital.

La implementación del canal se ha llevado a cabo en varias fases.

En 2016, en una reunión con personas mayores de BIZAN se recoge por primera vez la petición de generar redes sociales. Fueron las propias personas mayores las que, en un proceso de análisis del plan de comunicación de BIZAN (antes Centros Socioculturales de Mayores) lo plantearon como una necesidad.

En 2018 se elaboró un estudio "[Estudio de percepción de la ciudadanía sobre el envejecimiento, las personas mayores y los centros socioculturales de mayores](#)" donde se percibía la existencia clara de estereotipos edadistas sobre las personas mayores entre jóvenes y también entre las propias personas mayores.

En 2020, a partir de las conclusiones de este análisis, se diseñó una estrategia de comunicación que se enfoca en la sensibilización y la educación de la población en torno a este tema. Se definió la línea editorial para la creación de contenidos que desafían los estereotipos de edad y que promueven la participación y la inclusión social de las personas mayores.

Se han creado diversas líneas de contenido:

- Cazados: se exponen publicaciones y anuncios que perpetúan los estereotipos de edad y el edadismo, con el objetivo de cuestionar y desmontar estos prejuicios.
- Compatibles: se presentan imágenes y videos que muestran similitudes e

intereses comunes entre personas de diferentes edades, desafiando la idea de que las generaciones están separadas y no se entienden.

- Debate: se comparten videos de personas mayores y jóvenes discutiendo temas de actualidad y expresando sus diferentes perspectivas. Esta sección destaca las opiniones y las experiencias de todas las generaciones, demostrando que cada una aporta algo valioso.
- Día Internacional: se celebra y se destaca la importancia de los días internacionales relacionados con las personas mayores, como el Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez.
- Entrevista: se presentan entrevistas con personas de todas las edades que rompan estereotipos, ofreciendo una mirada diferente y reflexionando sobre la edad.
- Experiencia-testimonio: se muestra la historia de personas mayores que han hecho algo destacable en su vida. Pone en valor los pequeños logros de la gente normal y también se muestran historias sorprendentes o destacadas que rompen los estereotipos de edad.
- Huellas: muestra la aportación que hacen las personas mayores a la sociedad, a través de actividades intergeneracionales, voluntariado, actividades generativas, la impartición de cursos a personas de otras edades o a otras personas mayores... o apoyando a personas de su comunidad.
- Microedadismo: destaca y muestra ejemplos de frases o situaciones comunes que son edadistas y que muchas veces decimos o hacemos sin darnos cuenta.
- Personajes + zoom: se muestran imágenes que parecen una cosa y cuando las ves completas son otra. Las imágenes del principio se basan en estereotipos habituales, por ejemplo: "los mayores se pasan todo el día viendo obras" y cuando se ve la imagen completa se ve que a la persona mayor está viendo obras de arte.
- Recomendaciones - video: se presentan videos y recomendaciones sobre libros, películas, documentales, podcasts y otros recursos. Son intereses compartidos entre personas mayores y jóvenes, cada uno da su opinión.
- Recomendaciones gif: se comparten recomendaciones y consejos breves

a través de gifs animados.

- Somos Bizan: las personas que trabajan en BIZAN tienen mucha pasión y muchas ganas. Mostramos su día a día, sus historias... Damos voz a quienes son parte de esta aventura.

La metodología utilizada en la creación de los contenidos se basa en la investigación y la participación de las personas mayores y de otros grupos de interés, como expertos en la materia, activistas y organizaciones sociales. Se realizan entrevistas, encuestas y otros tipos de estudios para obtener información relevante y actualizada sobre el tema.

En cuanto a la implementación práctica del canal, se utiliza la plataforma Instagram y Facebook para llegar a la población objetivo. Se publican contenidos de forma constante, utilizando diferentes formatos como videos, imágenes, gifs y textos. Además, se promueve la interacción y la participación de los seguidores a través de preguntas, encuestas y retos.

Para realizar los contenidos se cuenta con el apoyo de profesionales externos y con la colaboración de personas mayores, jóvenes y entidades de la ciudad (asociaciones, otros departamentos municipales, etc.).

Para medir el impacto del canal, se realizan evaluaciones periódicas de la aceptación y el alcance de los contenidos. Se analizan las estadísticas de las redes sociales y se valoran las líneas editoriales y los contenidos.

En resumen, el canal @bizanvg utiliza una metodología innovadora y participativa para cuestionar los estereotipos de edad y luchar contra el edadismo. Se basa en la creación de contenidos de calidad que promueven la reflexión y el diálogo en torno a este tema, utilizando diferentes formatos y fomentando la participación y la interacción de las personas mayores y también de otras edades.

7. JUSTIFICACIÓN

Especifique el motivo o causa que motivó la puesta en marcha de la iniciativa:

Hemos creado @bizanvg para fomentar la reflexión y el debate sobre estos temas, y para sensibilizar a la población sobre la importancia de cuestionar nuestras actitudes y creencias respecto a la edad y las personas mayores.

El "[Global Report on ageism](#)" publicado por la Organización Mundial de la Salud, refleja el resultado de diversos estudios que demuestran cómo los estereotipos y prejuicios sobre la edad afectan negativamente a las personas mayores en diversos aspectos, como la salud (física, mental y emocional), la autoestima, la inclusión social y el acceso a oportunidades y recursos. A menudo se les considera como un grupo homogéneo y se les atribuyen características negativas como la dependencia, la fragilidad o la obsolescencia, lo que les resta valor como individuos y afecta a sus derechos ciudadanos.

En el "[Estudio de percepción de la ciudadanía sobre el envejecimiento, las personas mayores y los centros socioculturales de mayores](#)" realizado por el Servicio de Personas Mayores de Vitoria-Gasteiz, en 2018, se muestra que las personas de la ciudad, especialmente las personas más jóvenes, repiten esos mismos estereotipos.

Sin embargo, sabemos que la diversidad es la norma en todas las edades, y que las personas mayores son una población muy heterogénea en términos de capacidades, intereses, experiencias y contribuciones. También sabemos que la edad no define a una persona, ni limita su potencial de desarrollo, aprendizaje y participación en la sociedad.

Por eso, en BIZAN creemos que es importante cuestionar estos estereotipos y fomentar una imagen más realista y positiva de las personas mayores, que reconozca su diversidad, su experiencia, su sabiduría y su capacidad de innovación y creatividad. Queremos romper con los estereotipos limitantes y promover una mirada intergeneracional basada en el respeto, la colaboración y el aprendizaje mutuo.

Para lograr este objetivo, hemos elegido las redes sociales como medio de comunicación y difusión de nuestro mensaje. Sabemos que las redes sociales son una herramienta poderosa para llegar a un público amplio y diverso, especialmente a las



generaciones más jóvenes, que son las que más utilizan estas plataformas. Además, las redes sociales permiten una interacción bidireccional y en tiempo real con nuestra audiencia, lo que nos permite recibir retroalimentación, responder preguntas y mantener un diálogo abierto y constructivo.

En nuestro canal de [Instagram](#) y [Facebook](#), ofrecemos una variedad de contenidos y formatos que abordan: noticias de actualidad hasta testimonios de vida, desde debates sobre temas candentes hasta retos y sorteos, desde humor hasta reflexiones profundas, nuestro canal busca inspirar, educar y entretener a nuestra audiencia, mientras fomentamos una cultura de respeto y valoración de todas las edades.

En conclusión, como parte de la estrategia antiedadista de BIZAN se cuestionan los estereotipos de edad y luchar contra el edadismo a través de las redes sociales. Instagram y Facebook sirven de altavoz para sensibilizar y educar a la población sobre la diversidad y el potencial de las personas mayores. Además, se rompen estereotipos sobre los centros de mayores.

8. OBJETIVOS

Indique el Objetivo General y los Objetivos Específicos de la iniciativa:

Objetivo general:

Sensibilizar a la población sobre la necesidad de cuestionar los estereotipos y luchar contra el edadismo, promoviendo la valoración positiva del envejecimiento y el reconocimiento de la contribución de las personas mayores a la sociedad y poniendo en valor los elementos que nos unen entre generaciones más allá de las diferencias.

Objetivos específicos:

Fomentar la interacción entre personas mayores y jóvenes, y promover el diálogo intergeneracional como herramienta para el intercambio de conocimientos y experiencias.

Identificar y cuestionar los estereotipos de edad presentes en la sociedad, visibilizando la diversidad de las personas mayores y su potencial de desarrollo.

Promover una imagen positiva del envejecimiento y la vejez, y revalorizar el papel de las personas mayores como agentes activos de la sociedad.

Estos objetivos son **coherentes con los objetivos de BIZAN** y por ello se hace la apuesta de desarrollar este proyecto:

- Promover una imagen más positiva y realista de las personas mayores en la sociedad.
- Sensibilizar a la población sobre la diversidad y riqueza de la experiencia vital de las personas mayores.
- Fomentar la participación y la inclusión social de las personas mayores.
- Reconocer la contribución de las personas mayores a la sociedad y poner en valor sus aportaciones.
- Crear espacios de encuentro intergeneracional que rompan estereotipos y creen relaciones capaces de mejorar la cohesión social.

9. PALABRAS CLAVES

Describe cuatro “palabras claves” relacionadas con su buena práctica y porqué tienen importancia, por ejemplo: palabra clave “Personalización”, porque llevamos a cabo una atención personalizada, centrada en las características e idiosincrasia de cada una de las personas, teniendo en cuenta su opinión, intereses, valores, costumbres...

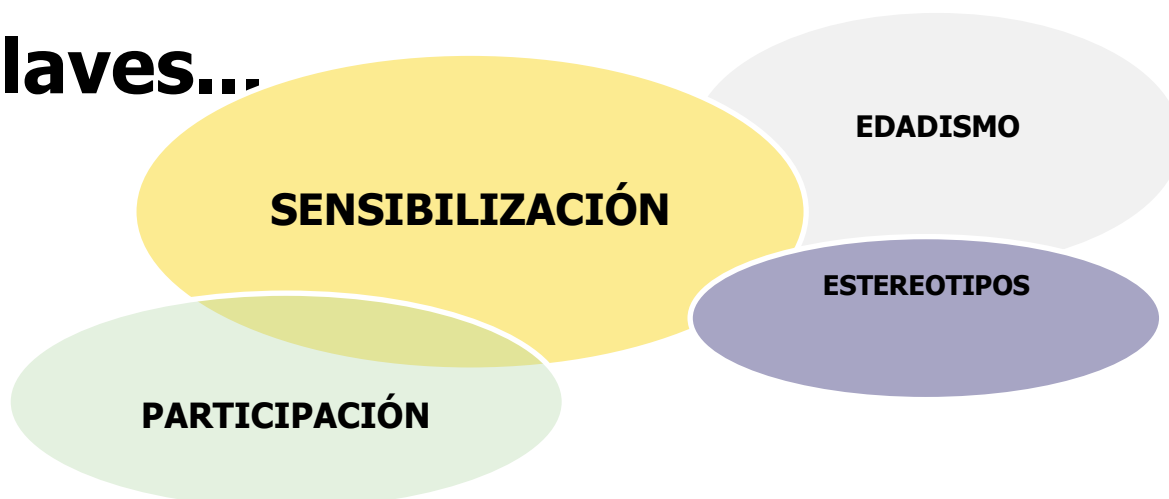
Palabra clave -1-: Sensibilización: esta es una propuesta de educación social a través de las redes que busca sensibilizar sobre los estereotipos de edad y el edadismo.

Palabra clave -2-: Estereotipos de edad: la base de la discriminación son las ideas que tenemos interiorizadas sobre cada grupo de edad. Estas ideas influyen en nuestra acción y condicionan nuestra vida y la de las personas afectadas.

Palabra clave -3-: Edadismo: esta es la discriminación sobre la que queremos actuar. También podríamos hablar específicamente de viejismo, pero el canal tiene una mirada más amplia porque más tramos de edad nos podemos identificar con el edadismo y así empatizar más fácilmente con las dificultades que viene las personas mayores.

Palabra clave -4-: Participación: este proyecto se construye con la colaboración de personas mayores, jóvenes, otros profesionales y otras cuentas de redes sociales que colaboran con @bizanvg.

Claves...



10. TEMPORALIZACIÓN

Indique la fecha de inicio de la buena práctica (mes y año):

Año de inicio: 2021
Mes de inicio: noviembre

11. HITOS

Describir hitos importantes, como, por ejemplo, premios, reconocimientos recibidos por la iniciativa que se presenta. Si no los hubiera, indicar no procede.

- No procede.

12. RECURSOS

Describir los recursos necesarios para llevar a cabo la experiencia, en cuanto a personal necesario y recursos materiales:

- Personal implicado en el proyecto:
 - 3 responsables municipales (supervisión y propuesta de iniciativas)
 - 2 técnicos municipales (coordinación, supervisión y generación de contenido)
 - 4 técnicos de BIZAN de Sirimiri (alimentación de las redes, mantenimiento y creación de contenido)
 - Apoyo de empresa subcontratadas para la gestión y creación de contenido.
 - Salimos hoy: gestión de parte de los contenidos de Facebook.
 - Empresas de audiovisuales (producción de contenidos)
 - Participación de personas mayores (20) y jóvenes colaboradoras (10). Algunas personas de forma habitual y otras puntualmente.
 -
- Recursos materiales necesarios para llevar a cabo la experiencia:
 - Espacios para la grabación.
 - Medios informáticos.
 - Material para la grabación (cámaras/focos/trípodes/ fondos, etc.)

13. FINANCIACIÓN

Detallar el tipo de financiación con el que cuenta la buena práctica, marcando con una X la opción u opciones que correspondan:

Recursos propios	X
Cuota de personas usuarias	
Ingresos derivados de la prestación de servicios/productos	
Subvenciones	
Otros	
Especificar otras fuentes de financiación diferentes:	

14. ALINEACIÓN CON OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Elegir el objetivo/s de desarrollo sostenible a los que contribuya la buena práctica, marcando con una X la opción u opciones que correspondan:

Acabar con la pobreza	
Hambre cero	
Salud y bienestar	X
Educación de calidad	X
Igualdad de género	X
Agua limpia y saneamiento	
Energía asequible y no contaminante	
Trabajo decente y crecimiento económico	
Industria, innovación e infraestructura	
Reducción de las desigualdades	
Ciudades y comunidades sostenibles	X
Producción y consumo responsables	
Acción por el clima	
Vida submarina	
Vida de ecosistemas terrestres	
Paz, justicia e instituciones solidarias	X
Alianzas para lograr los objetivos	
No procede / No aplica	

15. COHERENCIA CON LOS PRINCIPIOS DEL MODELO DE ATENCIÓN INTEGRAL Y CENTRADA EN LA PERSONA (AICP)



Principio de Autonomía

Se promueve la capacidad de autogobierno de las personas y su derecho a tomar sus propias decisiones acerca de su plan de vida, así como a que sus preferencias sean atendidas, también cuando presentan situaciones de gran dependencia, pudiendo hacer elecciones entre diferentes alternativas.

@bizanvg es coherente con el principio de autonomía porque busca fomentar la visibilización y el reconocimiento de las personas mayores como agentes activos en la sociedad. A través de este canal en redes sociales, se busca empoderar a las personas mayores, cuestionando estereotipos edadistas que limitan las opciones vitales de las personas, fomentando una mirada crítica sobre ciertas creencias y usos sociales y de la administración pública.

Así favorecemos el desarrollo de un proyecto de vida pleno y consciente, libre de autolimitaciones por creencias edadistas y estereotipadas y con una acción proactiva ante la discriminación en el día a día.

Principio de Individualidad

Se reconoce que cada persona es única y diferente del resto, por tanto, las actuaciones responden a criterios de personalización y flexibilidad.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

La coherencia con el principio de Individualidad se refleja en la línea editorial de @bizanvg, que busca dar voz y protagonismo a las personas mayores de forma individual y visibilizando su diversidad y singularidad. El canal muestra la individualidad y la diversidad de las personas mayores más allá de los estereotipos de edad.

Además, la metodología empleada en el canal se basa en la escucha activa de las preferencias de las personas participantes. Todo esto, en conjunto, fomenta el

Principio de Individualidad

reconocimiento de la individualidad y la diversidad de las personas mayores.

Principio de Independencia

Se reconoce que todas las personas poseen capacidades que deben ser identificadas, reconocidas y estimuladas con el fin de que, apoyándonos en ellas, se puedan prevenir o minimizar las situaciones de discapacidad o de dependencia.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

BIZAN, a través de @bizanvg, promueve el principio de independencia al fomentar la participación y visibilización de las personas mayores en la sociedad.

En BIZANVG se ofrecen otros modelos alternativos de vejez frente al discurso habitual extendido en muchos casos por los medios sociales y al desafiar los estereotipos negativos (y a veces los positivos) asociados con la edad, se fomenta una mayor visibilidad y valoración de las capacidades de las personas mayores.

Además, la difusión de información relevante y el estímulo del debate contribuyen a la identificación y reconocimiento de su valor como parte activa de la sociedad.

En BIZANVG las personas mayores participan en la creación del contenido y además son el centro de los contenidos del canal.

Principio de Integralidad

Se contempla a la persona como un ser multidimensional en el que interactúan aspectos biológicos, psicológicos y sociales entendidos como una globalidad a la hora de actuar con las personas. Para garantizar la actuación óptima en todos estos ámbitos, el conjunto de recursos sociosanitarios y de otros sectores deben planificarse, diseñarse y organizarse, no con el eje puesto en los servicios, sino girando alrededor de las personas para que la atención y los apoyos lleguen de manera integrada a quienes los precisan.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

En @bizanvg se visibiliza a la persona mayor desde diferentes miradas (salud, trabajo, participación, amor, sexualidad, fisionomía, etc).



Principio de Integralidad

La iniciativa no solo se enfoca en la promoción de la autonomía, independencia y participación de las personas mayores, ofreciendo modelos de referencia adecuados sino también en la sensibilización y concienciación de la sociedad sobre la diversidad y la riqueza que aportan las personas mayores en nuestra sociedad.

Además, el canal @bizanvg busca fomentar la integración social de las personas mayores y visibilizar las diferentes realidades que existen dentro de esta población, haciendo un llamado a la inclusión y la no discriminación.

Principio de Participación

Se reconoce que las personas tienen derecho a participar en la elaboración de sus planes de atención y de apoyo a su proyecto de vida. Y también a disfrutar en su comunidad, de interacciones sociales suficientes y gratificantes y acceder al pleno desarrollo de una vida personal y social plena y libremente elegida.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

@bizanvg es coherente con el principio de Participación. En este sentido, las personas mayores participan activamente en la creación de los contenidos, tanto de vídeos como fotografías. A través de un casting las personas mayores pueden presentarse voluntariamente para formar parte del equipo de BIZANVG y ayudar a generar los contenidos en ocasiones como actrices y actores y en otros como agentes activos proponiendo contenidos. Además, muchas de las sesiones son intergeneracionales y se crean espacios de encuentro.

Por otro lado, la visibilización en las redes de personas mayores que desarrollan un proyecto de vida diferente, ofrece la posibilidad de cuestionar y replantearse el proyecto de vida propio y ser más proactivos y participativos en su entorno cercano. Esto tiene impacto sobre las personas mayores, el resto de la población y los agentes sociales.

Principio de Inclusión social

Se reconoce que las personas deben tener la posibilidad de permanecer y participar en su entorno, disfrutar de interacciones positivas y variadas y tener acceso y posibilidad de acceder y gozar de los bienes sociales y culturales.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este principio):

BIZAN, a través de su trabajo y su presencia en las redes sociales, trata de fomentar la inclusión social de las personas mayores para sean parte visible de la sociedad y que tengan acceso a todo lo que esta tiene que ofrecerles.

Muchas veces, las personas mayores son invisibilizadas total o parcialmente o no se les da la importancia que merecen, lo que afecta el acceso a los recursos y posibilidades de seguir viviendo y disfrutando una vida plena.

BIZANVG también busca cambiar esa imagen negativa que muchas veces se tiene de las personas mayores para favorecer su participación y en igualdad de derechos en la sociedad.

Se trata de mostrar que las personas mayores son valiosas y que merecen ser valoradas y respetadas.

De esta manera, BIZAN ayuda a construir una sociedad más inclusiva y diversa, en la que todas las personas tienen la oportunidad de participar y disfrutar de sus derechos y bienes sociales.

Principio de Continuidad de atención

Se reconoce que las personas deben tener acceso a los apoyos que precisan de manera continuada, coordinada y adaptada permanentemente a las circunstancias de su proceso.

@BIZANVG no está orientado a la atención directa a personas mayores si bien estas participan activamente en el canal.

Estas redes dan la oportunidad que personas mayores de diferentes perfiles estén presentes en las redes, un espacio en el que las personas mayores suelen estar infrarrepresentadas.

Desde una mirada de la prevención y de la mejora del proceso de envejecimiento de la persona, una acción sobre los estereotipos y la discriminación que sufren las personas mayores tanto en su entorno, socialmente como a nivel institucional es esencial. En el canal se cuestionan muchos clichés que aparecen en medios de comunicación, pero también frases y usos que se dan dentro de los entornos institucionales o del cuidado.

Principio de Continuidad de atención

A través de este canal BIZAN se posiciona como un entorno donde la atención a la persona se haga desde una mirada y un marco de acción menos edadista y libre de estereotipos limitadores.

En ocasiones, simplemente crear debate y cuestionar las fórmulas habituales es suficiente para que se empiecen a dar ciertos cambios en los entornos de cuidados que son esenciales para la calidad a lo largo de la vida.

16. COHERENCIA CON LOS CRITERIOS COMPLEMENTARIOS

Criterio de Innovación

Desde la experiencia se plantean cambios con respecto a los modelos tradicionales de atención o se cuestionan los enfoques clásicos relacionados con la imagen de las personas o con el modo de desarrollar intervenciones o actuaciones.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

Actualmente las personas de todas las edades, especialmente las más jóvenes, reciben información a través de las redes sociales.

Desde BIZAN consideramos las redes sociales una forma más de educación no reglada, a través de la cual personas de todas las edades construyen su mirada del mundo: aprenden nuevos conceptos, buscan información e interiorizan valores sociales. Por eso, en coherencia con los objetivos de BIZAN se lanza una propuesta innovadora y proactiva de carácter educativo y sensibilizador que es @bizanvg.

Este canal online convive con una estrategia offline de sesiones formativas, charlas y seminarios sobre edadismo.

BIZANVG es una manera de romper estereotipos, cuestionarlos de una forma didáctica y lúdica. Ofrece una visión innovadora y creativa de la atención a las personas mayores.

BIZANVG se ha propuesto abordar los retos y oportunidades que presenta el envejecimiento de la población, proponiendo soluciones y estrategias novedosas para garantizar la calidad de vida de las personas mayores, a través del uso de las redes sociales como un medio para visibilizar a las personas mayores en los entornos digitales, de una manera positiva y crítica, buscando romper estereotipos de edad.

La creación de BIZANVG muestra cómo la innovación y el uso de nuevas tecnologías pueden contribuir a mejorar la vida de las personas mayores.



Criterio de Transferibilidad

La experiencia contiene elementos y características que facilitan su generalización, replicabilidad o adaptación.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

BIZANVG es una iniciativa replicable en otras organizaciones siempre que se den una serie de requisitos:

- 1- Contar la dedicación de personal a la iniciativa, depende del contenido que se quiera incluir ha de conocer: el uso de redes sociales, fotografía y edición fotográfica, grabación y edición de vídeo, tener capacidad de gestión de grupos, creación de contenidos, diseño de publicaciones y redacción de textos, desarrollo de una estrategia en medios.
- 2- Contar con personas dispuestas a colaborar/protagonizar el contenido del canal.
- 3- Dedicar tiempo a la supervisión de la estrategia de comunicación.
- 4- Paciencia: el edadismo es un tema que no está de moda, atrae menos las miradas. Si bien hay muchos canales que están haciendo crecer su alcance con contenidos de humor o altamente reivindicativos.
- 5- Conexión a internet: cualquier organización puede acceder a internet y empezar a publicar contenidos.
- 6- Alcance global: creemos que es algo a tener en cuenta. Las estrategias ya no se dirigen a una población cercana, sino que tienen impacto en toda la comunidad de la red.
- 7- Flexibilidad y adaptabilidad: cada organización puede decidir y ajustar el tipo de contenido que quiere publicar. Eso permite experimentar con diferentes contenidos y formatos hasta encontrar el que mejor se ajusta a la organización.

Criterio de Trabajo en Red

Para el desarrollo de la experiencia se han establecido relaciones y acciones conjuntas con distintas entidades y agentes de la comunidad.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

En BIZANVG se colabora con la comunidad. Para la realización de los contenidos se cuenta con empresas locales (creación de contenido y gestión de la red) y con entidades y grupos sociales.

En las diferentes líneas de contenido han participado jóvenes del programa de educación de calle, el servicio de atención a mujeres víctimas de violencia de



Criterio de Trabajo en Red

género y asociaciones de víctimas de violencia.

Además, siempre se cuenta con las personas usuarias de BIZAN para generar los contenidos: idearlos, diseñarlos y ser la imagen de los mismos.

Con vistas al año 2023-2024 se quiere desarrollar grupos de personas mayores interesadas en redes sociales y de reflexión sobre edadismo que ayuden a generar nuevos contenidos.

Concluyendo, el canal de BIZANVG es un marco donde poder hacer diferentes colaboraciones y vincularse en red.

Criterio de Perspectiva de Género

La iniciativa considera de forma transversal y sistemática las diferentes situaciones, condiciones, aspiraciones y necesidades de mujeres y hombres, incorpora objetivos y actuaciones específicas de género o contempla su impacto por género (personas destinatarias y profesionales).

BIZANVG muestra la mirada de una forma abierta, incluyendo a hombres y mujeres y visibilizando la diversidad de género, más allá del binarismo más normativo.

Los datos en las evaluaciones siempre se segmentan por sexo, lo que nos permite conocer mejor el alcance a las personas destinatarias.

La mayoría de las personas participantes son mujeres y eso hace que sea un espacio en el que la voz de la mujer mayor esté muy presente. También el público de las redes es mayoritariamente femenino, por lo que nuestra mirada se dirige hacia dar respuesta a los intereses de un público femenino mayor de 25 años, principalmente.

A nivel profesional, el canal cuenta con un equipo formado al 50% por mujeres y hombres.

Durante este último año hemos realizado una campaña de sensibilización y visibilización de la violencia machista hacia las mujeres mayores. Además de forma recurrente presentamos entrevistas que debaten sobre el feminismo desde una mirada de la mujer mayor.

@bizanvg es un espacio en el que se visibilizan diferentes expresiones de género entre personas mayores, especialmente a través de una estrategia de reposteo de publicaciones de otros canales especializados en diversidad de género.

Criterio de Evaluación y Resultados

La experiencia cuenta con un sistema de evaluación y medición de resultados sobre:

- 1) Efectividad y cumplimiento de objetivos
- 2) Impacto social
- 3) Sostenibilidad y viabilidad técnica y económica

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):

El proyecto se evalúa bimensualmente, con reuniones en las que se presentan resultados a las responsables del Departamento de Políticas Sociales, personas mayores e infancia.

En el primer año se ha orientado a la generación de contenidos de calidad y la estabilización del equipo.

En cada una de las reuniones se valoran aspectos como:

1. Número de seguidores- crecimiento orgánico.
2. Población a la que se llega
3. Crecimiento mensual del número de seguidores (evolución y cambio en la tendencia)
4. Interacción con la audiencia
5. Visualizaciones y reproducciones de vídeos
6. Alcance orgánico de las publicaciones
7. Alcance de la publicación pagada (si las hay)
8. Cuál es la tasa de conversión de seguidores en cada una de las acciones
9. Comentarios, menciones y etiquetas.
10. Nivel de viralización.
11. Tipos de comentarios que se reciben y nivel de sensibilización logrado.
12. Colaboraciones para el crecimiento del canal (estrategia por desarrollar)
13. Evolución de los contenidos
14. Participación de las personas mayores en la generación de contenido.

Haciendo una breve evaluación de los resultados actuales, estos son los datos generales.

INSTAGRAM

- Seguidores: 648 (con un crecimiento orgánico actual de 1 ó 2 personas diarias)
- Perfil: 77% mujeres – 25-54 años, siendo el tramo 35-44 el número más frecuente
- Alcance mensual orgánico: 3538 cuentas.

FACEBOOK

- Seguidores: 241 (crecimiento de 4 seguidores)

Criterio de Evaluación y Resultados

- Perfil: 80% mujeres – 55-+65 años.
- Alcance mensual orgánico: 425 cuentas.

(Describir cómo se han evaluado los resultados de la experiencia?

¿Cómo ha evaluado los resultados de su experiencia?

Se valoran las actividades más importantes del proceso: diseño, desarrollo y evaluación y detecta los elementos facilitadores y los obstáculos y también la metodología en términos de innovación y eficacia.

(Describir qué resultados se han obtenido?

@bizanvg es una experiencia innovadora en educación social, en la que una administración pública, a través de las redes sociales, trabaja para combatir y cuestionar los estereotipos de edad y sensibilizar contra el edadismo.

Esta iniciativa forma parte de una estrategia completa que ya tiene una larga tradición en BIZAN. Parte de un trabajo previo en el que se impulsan actividades intergeneracionales en las que se busca romper estereotipos de edad y generar conexiones entre generaciones.

El objetivo es llevar esa misma estrategia a un entorno digital y ser parte de la comunidad #antiedadista y #antiviejista que se está desarrollando rápidamente a nivel internacional.

Bizanvg es la muestra de que la labor educativa puede llevarse a entornos digitales, e impactar en el entorno, llegando a miles de personas y haciéndolas reflexionar sobre el edadismo y sobre los propios estereotipos de edad.

Supone un reto para un equipo socioeducativo que trabaja desde la intervención cercana, e implica el desarrollo de habilidades comunicativas, técnicas y audiovisuales.

El diseño de la red se basa en una propuesta realizada el 2019 por una agencia de comunicación dentro de una estrategia más amplia de mejora de la comunicación de BIZAN. Durante el 2020, desde la jefatura de BIZAN se trabaja en una serie de líneas de contenido y se definen unos objetivos concretos para cada una de las redes Instagram y Facebook.

A lo largo de 2021 se ponen en marcha ambos canales, con el apoyo de un técnico de BIZAN, varias empresas que apoyan la creación de contenidos audiovisuales y dos personas de un plan de empleo (de comunicación y periodismo).

Además, se cuenta con la participación de personas mayores y jóvenes en la creación de contenidos.

En 2022-2023, la organización crece con la implicación de 4 personas más del equipo técnico de BIZAN. Además, se cuenta con dos personas a tiempo completo de un plan de empleo que generan el contenido audiovisual, textos y fotografías.

Ambos canales empiezan con un nivel bajo de seguimiento y de forma orgánica van creciendo cada vez más rápido. El proyecto se afianza y encuentra un estilo propio.

A lo largo del proceso se empiezan a crear enlaces y alianzas con otros canales y



Criterio de Evaluación y Resultados

cuentas que también trabajan el tema del edadismo.
Facebook tiene un crecimiento más lento pero la audiencia es más fiel e interacciona más.

Ambiente facilitador y otros criterios

En cuanto al entorno, aspectos socio-espaciales, comunitarios, ergonómicos y de otra tipología.

(Describir por qué guarda coherencia la buena práctica con este criterio complementario):
Este proyecto ha podido realizarse gracias a varios elementos que hemos de tener en cuenta.
Ampliación de personal y dedicación de parte de las jornadas laborales de varias personas del equipo al proyecto.
El sostenimiento de un proyecto así, con el contenido que se está generando, gestión del contenido, creación de publicaciones requiere de una importante dedicación para responder a los criterios que rigen la red.