



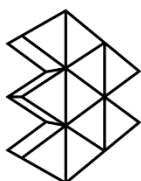
Consulta la buena práctica



ATRESMEDIA AUDIOVISUAL

Hablando en Plata

**ATRESMEDIA
AUDIOVISUAL**



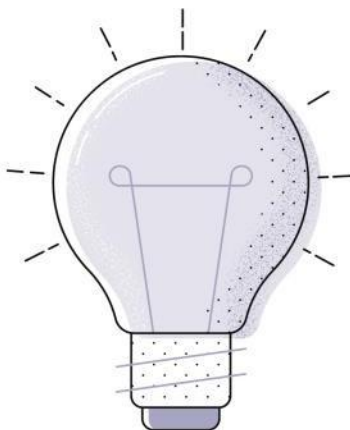
**hablando
enPlata**

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	10
8. OBJETIVOS	11
9. PALABRAS CLAVES.....	11
10. TEMPORALIZACIÓN	12
11. HITOS	13
12. RECURSOS	14
13. FINANCIACIÓN	14
14. ALINEACIÓN CON OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)	15
15. COHERENCIA CON LOS PRINCIPIOS DEL MODELO DE ATENCIÓN INTEGRAL Y CENTRADA EN LA PERSONA (AICP).....	16
16. COHERENCIA CON LOS CRITERIOS COMPLEMENTARIOS	22

1. RESUMEN DE LA BUENA PRÁCTICA

Hablando en Plata es una iniciativa de Atresmedia Audiovisual, Antena 3 y laSexta, para visibilizar los problemas de las personas mayores, ponerles en valor y luchar contra el edadismo. Nació en octubre de 2022 como una acción transversal. Combina la presencia en informativos, programas, web y redes sociales con especiales en el prime time de Antena 3, campañas de sensibilización... En 2025 lanzó su I Barómetro de Edadismo para poner cifras a esta discriminación y contribuir a su erradicación.



2. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

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 tienen 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.	
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

Personas mayores	X
Personas con discapacidad	
Personas en situación de dependencia	
Familias	
Profesionales	
Sociedad en general	X
Otro/s	
Describe las características principales de las personas beneficiarias de la experiencia: El objetivo esencial de Hablado en Plata es sensibilizar y combatir el edadismo hacia las personas mayores de 55 años. Asimismo, como medio de comunicación generalista cuenta con alcance en la población general, en la que pretende impulsar una visión realista y de puesta en valor del colectivo sénior rompiendo estereotipos y comportamientos discriminatorios.	

4. TIPO DE ACTIVIDAD

Centro residencial	
Comunidades, viviendas, domicilios	
Centros ocupacionales	
Centros de día	
TAD, SAD	
Escuelas, universidades y otros centros educativos	
Lugares y centros de trabajo	
Políticas públicas	
Transporte	
Ocio	
Cultura	
Deporte	
Otro/s	X
Describe el tipo de actividad de la entidad que lleva a cabo la buena práctica: Atresmedia es el grupo de comunicación líder en España y cuenta con posiciones clave en todos los sectores en los que opera: televisión, radio, internet, cine, producción... En su división Atresmedia Audiovisual se engloban los canales generalistas Antena 3 y laSexta; los temáticos Neox, Nova, Mega y Atreseries; y su plataforma de streaming Atresplayer. Hablando en Plata es una iniciativa de comunicación, sensibilización y denuncia de Antena 3 y laSexta pero que también cuenta con presencia en otros canales del grupo.	

5. ÁMBITO TERRITORIAL

Local (Especificar municipio):	
Provincial (Especificar provincia):	
Autonómico y regional (Especificar comunidad autónoma y/o región):	
Estatul	X
Unión Europea	
Internacional	

Indique el lugar/es en los que se desarrolla la buena práctica:
Hablando en Plata se desarrolla principalmente en España si bien algunas campañas y programas se han podido ver en otros países a través de Antena 3 internacional. La actividad de la iniciativa en redes sociales y web también tiene alcance fuera de España.

6. DESCRIPCIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

El envejecimiento poblacional es una tendencia imparable en los países desarrollados. En España, más del 33% de la población es mayor de 55 años y en 2050 será más del 40%, según datos del INE. Esta situación plantea a las sociedades nuevos y acuciantes desafíos a los que es necesario dar respuesta cuanto antes: las desigualdades intergeneracionales, la soledad no deseada, cuestiones relacionadas con la vivienda, salud, ocio, vida laboral, los avances en materia de digitalización (donde se abren nuevas brechas) ...

Además, ese sector de la población, cada vez más numeroso y con un valor esencial, no recibe el reconocimiento que merece. A menudo, se ven desplazados y dejados de lado por una sociedad que los ve más como un problema que una oportunidad. El edadismo, la discriminación por edad, es de hecho un problema mundial reconocido por la [OMS](#) desde 2021. Es prioritario poner en valor y conocer en profundidad a un grupo social que ha sufrido profundos cambios en su idiosincrasia. La forma de vida, la alimentación, el ocio, el consumo... de los mayores en la actualidad es radicalmente diferente al de los mayores de hace tan sólo unos años. Es una generación nueva que exige nuevas soluciones y merece más protagonismo activo en la sociedad, así como atención a sus problemas cuando sea necesario. Esta situación está en la génesis de **Hablando en Plata**, una iniciativa que, en sintonía con el modelo AICP, nace el propósito de contribuir a mejorar la calidad de vida y el bienestar de las personas desde el respeto pleno a su dignidad, derechos e intereses. La iniciativa nace con el reto de poner en valor a los mayores y visibilizar sus problemáticas. Tiene tres objetivos principales:

- **Objetivo 1: liderar un movimiento social de concienciación** que permita cambiar la percepción que la sociedad tiene sobre las personas mayores, pasando de una mirada edadista a una realista.
- **Objetivo 2: aumentar la percepción de valor de este colectivo.** El territorio en el que nos apalancamos para trabajar el incremento de valor percibido es la experiencia. La experiencia es el valor inequívoco y exclusivo de este grupo de edad sobre cualquier otro target y lo que hace de su aportación a la sociedad algo insustituible.
- **Objetivo 3: servir de ayuda a las personas mayores hablando de lo que importa,** poniendo en el centro del debate los temas que les afectan y a los que la sociedad no está dando una respuesta adecuada. **Hablando en Plata** es una iniciativa con el potencial de suscitar debates y activación social. Pretende promover igualmente la aprobación de medidas políticas y sociales en favor de los mayores.

Hablando en Plata se pone en marcha un día clave: el 1 de octubre de 2022 coincidiendo con la celebración del Día Internacional de las Personas de Edad. Para el cumplimiento de los dos primeros objetivos decidimos apalancarnos en el territorio de la experiencia y para llegar al tercero se pusieron en marcha diferentes investigaciones cualitativas y se consultaron estudios del sector para detectar las principales problemáticas a abordar.

Se tenía claro que para lograr unos objetivos tan ambiciosos como poner en valor un colectivo social y servirle de ayuda había que poner en marcha **una iniciativa integral que implicara a todo el grupo y fuera más allá de una campaña de spots.** Atresmedia Audiovisual lanza la iniciativa como una acción transversal y 360°. Desde su lanzamiento se ha integrado en los propios contenidos del grupo con presencia regular en los informativos y programas de actualidad y ha protagonizado especiales de prime time de Antena 3. Los principales prescriptores y rostros del grupo (Sonsoles Ónega, Alberto Chicote, Vicente Vallés, Sandra Golpe, Roberto Leal...) le han servido de altavoz. Además, cuenta con su propia web (www.hablandoenplata.es) y perfiles en redes sociales que ofrecen información útil y de interés para los mayores.

La principal característica de la iniciativa es su capilaridad en la parrilla de programación de las cadenas de Atresmedia Audiovisual. **A continuación, se exponen las distintas acciones llevadas a cabo.**

Campañas de concienciación:

- **‘Currículum Vital’** se lanzó en noviembre de 2022. Buscaba sensibilizar sobre el valor que el colectivo de mayores tiene para la sociedad. Con los dos primeros objetivos en el punto de mira, decidimos apalancarnos en la experiencia. Para ello se contaba el currículum vital de tres personas reales: Pilar Miranda, Juan

José Melet y Josefa Jiménez, tres personas con una historia de vida y experiencia. Destaca especialmente la participación de Pilar Miranda, única mujer de la primera promoción MIR de España. Cada uno protagonizaba una pieza: 3 piezas, 3 mayores, 3 realidades. Bajo el claim 'Una sociedad que cuenta con los mayores juega con ventaja. Lo sé por experiencia', era una invitación a la reflexión para modificar la percepción que se tiene de ellos. La campaña fue amplificada por los principales programas de Atresmedia Audiovisual y también tuvo presencia en radio, prensa y digital.

- En octubre de 2023 se lanzó '**Gracias**'. Diferentes estudios habían desvelado la importancia del grupo de 55 a 75 años en diferentes ámbitos de la sociedad. Se determinó que la mejor opción estratégica para poner en valor su contribución social era el agradecimiento. Así nace la campaña 'Gracias', dirigida a esta generación imprescindible para la sociedad: las personas silver (55-70 años). Mediante tres spots, nueve representantes de este colectivo representan situaciones para ellos cotidianas, pero en las que son inspiradores e imprescindibles: por ser nexo familiar, por ofrecer consejos, por ayudar a padres e hijos, por ser los más expertos en su trabajo... Tuvo presencia, además de en televisión, en radio, prensa y digital. Además del spot, se emitieron cortinillas con distintos mensajes de agradecimiento para mantener activa la campaña y su compromiso
- En verano de 2023 **Hablando en Plata** y la Fundación Amigos de los Mayores sumaron fuerzas en '**Un verano para reconectar**', un spot para concienciar a la sociedad sobre la problemática de la soledad no deseada, situación especialmente dramática en el estío. El objetivo de la pieza que sirvió como núcleo de la campaña fue doble: por una parte, concienciar sobre esta realidad a través de un canal tan masivo como la televisión; y por otra, instar al público a colaborar con la asociación, ayudando así a que más mayores puedan estar acompañados.
- En noviembre 2024 la iniciativa también quiso dar relevancia a la alerta de la OMS sobre el **edadismo**, la discriminación por edad. La OMS señaló en 2021 que es un problema mundial que "conduce a una salud más pobre, al aislamiento social, a muertes tempranas y cuesta a las economías miles de millones de dólares". Pidió en su informe actuar con rapidez para aplicar estrategias eficaces contra este problema. **Hablando en Plata** activó una campaña con dos piezas protagonizada por Sonsoles Ónega y Alberto Chicote en las que invitaba a reflexionar sobre la discriminación a causa de la edad y sus consecuencias e incidía en cómo muchos de los grandes logros de la Humanidad fueron conseguidos por personas con edades superiores a los 55 años. En una segunda fase, se lanzaron cortinillas en la que estos prescriptores ponían voz a los datos más relevantes del Informe sobre edadismo de la Organización Mundial de la Salud.

- En 2025, la iniciativa publica su **I Barómetro de Edadismo Hablando en Plata** (información más adelante), una investigación que pretende poner cifras a esta discriminación hacia las personas mayores para así ayudar a su erradicación. La iniciativa lanza una campaña para dar a conocer los principales hallazgos del bárometro y sensibilizar sobre este fenómeno.
- También se han realizado **piezas de concienciación especiales**. Se identificaron días clave en los que era importante tener presencia. Con motivo del **Día mundial contra el abuso y el maltrato a la vejez** (15 de junio), **Hablando en Plata** puso en emisión tres tipos de cortinillas centradas en que hay 'otras formas' de maltrato no tan explícitas pero que suponen un trato inadecuado a los mayores y que les dejan en situaciones de indefensión. Mostraban las siguientes situaciones: la exclusión digital, la exclusión social y la falta de atención en algunas residencias

Piezas en los informativos y programas de actualidad de Antena 3 y laSexta. Se centran en temas de interés para los mayores y se ofrecen de forma continuada y periódica. Abordan el edadismo, la jubilación, planes de ocio, las residencias, el envejecimiento saludable... Los equipos hacen un rastreo de los contenidos que evidencian problemáticas, denuncian situaciones o pueden resultar útiles a los mayores. Este contenido siempre aparece señalado con mosca de **Hablando en Plata**.

Especiales 'Hablando en Plata' en el prime time de Antena 3. Los estudios cualitativos realizados por Atresmedia Audiovisual de manera periódica revelan problemáticas de especial interés para los mayores. La iniciativa ha emitido hasta ahora cuatro especiales presentados por Sonsoles Ónega en la noche de Antena 3 para tratar estos temas de especial trascendencia.

- El primero, el 26 de enero de 2023, fue el especial '**Residencias**' para reflexionar sobre cómo cuidamos de las personas mayores y denunciar la más que cuestionable situación en algunos centros. Hubo un reportaje inicial centrado especialmente en la insalubridad de la comida y el deficiente trato a los residentes; la emisión se completó con un debate.
- El segundo, en septiembre de 2023, se tituló '**Ciudadanos de segunda**'. Esta vez, se puso el foco en la brecha digital y en toda esa parte de la población a la que se está dejando atrás debido a la rápida digitalización de los servicios. Abordaba la otra cara de una transición hacia lo digital en la que lo presencial no parece tener cabida, provocando así que, para los mayores, sector poblacional menos digitalizado, realizar tareas tan cotidianas como gestionar su dinero en el banco o pedir una cita médica se hayan convertido en un verdadero quebradero de cabeza.
- El tercero, en octubre de 2024 y con un enfoque divulgativo, se centró en la

necesidad de fomentar la longevidad saludable. Bajo el título de '**¿Cómo ganar años de vida?**' ofrecía consejos no solo para vivir más sino, sobre todo, para vivir mejor según se avanza en edad.

- El cuarto y último especial por el momento, abordó uno de los principales problemas de nuestro tiempo: la soledad no deseada. Se tituló **Volver a empezar** y contó con testimonios de personas que lograron comenzar de nuevo tras momentos vitales especialmente delicados como la jubilación, el nido vacío, la pérdida de la pareja...

Portal online propio hablando en plata.es y redes sociales. La iniciativa cuenta con su propia web y perfiles en las principales redes sociales que ofrecen información útil y cercana sobre salud, economía, estilo de vida, testimonios... También albergan los contenidos que se emiten en Antena 3 y laSexta relacionados con la iniciativa **Barómetro de Edadismo.** Como se apuntaba un poco antes, en 2025 Hablando en Plata pone en marcha una exhaustiva investigación sobre la discriminación por edad a las personas mayores. El estudio aborda de manera integral el fenómeno, tiene con completa metodología que combina las técnicas cuantitativas (encuesta) y cualitativas (grupos focales) y ha contado con un plantel de expertos en el tema para dar forma al cuestionario e interpretar sus resultados. Con esta investigación, que contará con una periodicidad anual, Hablando en Plata pretende contribuir al conocimiento del edadismo para poder hacerle frente.

Además de estas acciones principales, la iniciativa lleva a un constante seguimiento de la actualidad sobre temas que interesan y preocupan a las personas mayores para poder adaptar sus contenidos y trabaja en acciones de incidencia con la colaboración con fundaciones, asociaciones o marcas comerciales que compartan sus objetivos.

7. JUSTIFICACIÓN

El grupo Atresmedia es consciente de que los medios de comunicación tienen un papel social esencial. Son altavoces de la realidad, generadores de conversación pública y agentes de cambio. Bajo esta premisa, Atresmedia asume con responsabilidad ese papel, consciente de que su capacidad de llegar a millones de personas implica también un compromiso ético con los temas que importan. Ha puesto en marcha distintas acciones e iniciativas de responsabilidad social corporativa como Ponle Freno (en beneficio de las víctimas de tráfico), Tolerancia Cero (sobre la violencia de género) o Constantes y vitales (a favor de la investigación médica).

Hablando en Plata es la más reciente de ellas y constituye una respuesta necesaria a una problemática social cada vez más relevante: poner en valor a las personas mayores, un colectivo cada vez más numeroso y con un papel esencial en la sociedad, pero sin el reconocimiento suficiente. A través de la iniciativa, Atresmedia audiovisual ha centrado sus esfuerzos en liderar un movimiento social de concienciación, combatir el edadismo y servir de altavoz a los mayores de 55 años, situando en el centro del debate los temas que más les afectan. La iniciativa se enmarca, asimismo, dentro de la estrategia de sostenibilidad y compromiso social del grupo en su objetivo por dar respuesta y abordar los retos, las necesidades e inquietudes que afectan a los ciudadanos contribuyendo así a una sociedad más justa e inclusiva.

8. OBJETIVOS

Objetivo General:

Combatir el edadismo y poner en valor a las personas mayores.

Objetivos específicos:

- **Liderar un movimiento social de concienciación** que permita cambiar la percepción que la sociedad tiene sobre las personas mayores, pasando de una mirada edadista a una realista.
- **Aumentar la percepción de valor de este colectivo.** El territorio en el que nos apalancamos para trabajar el incremento de valor percibido es la experiencia. La experiencia es el valor inequívoco y exclusivo de este grupo de edad sobre cualquier otro target y lo que hace de su aportación a la sociedad algo insustituible.
- **Servir de ayuda a las personas mayores hablando de lo que importa**, poniendo en el centro del debate los temas que les afectan y a los que la sociedad no está dando una respuesta adecuada. **Hablando en Plata** es una iniciativa con el potencial de suscitar debates y activación social. Pretende promover igualmente la aprobación de medidas políticas y sociales en favor de los mayores.

9. PALABRAS CLAVES

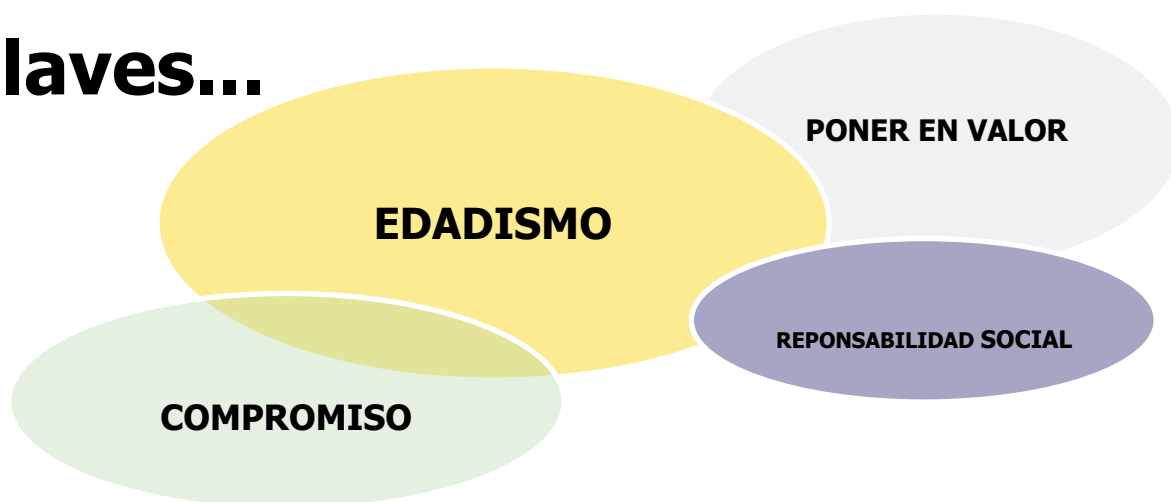
Palabra clave -1-: **EDADISMO**: porque con **Hablando el Plata** queremos poner de relieve que la discriminación por edad existe y que los medios tienen un papel relevante en que esa mirada edadista evolucione hacia una imagen más inclusiva.

Palabra clave -2-: **COMPROMISO**: porque **Hablando en Plata** ejerce desde su lanzamiento un compromiso firme y claro por erradicar el edadismo, la visión estereotipada y parcial de las personas mayores y poner en valor el colectivo. Este compromiso está recogido en su [web](#) en un documento firmado por la Dirección audiovisual y se evalúa cada año interna y externamente, en la auditoría AENOR para el Compromiso con las personas mayores.

Palabra clave -3-: **PONER EN VALOR: Hablando en Plata** trata de reconocer a las personas mayores el papel esencial que tienen en nuestra sociedad.

Palabra clave -4-: **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** porque, con **Hablando en Plata**, Atresmedia Audiovisual asume su compromiso social como medio de comunicación responsable y quiere contribuir a una sociedad más justa e inclusiva en la que todos tienen cabida.

Claves...



10. TEMPORALIZACIÓN

Año de inicio: 2022
Mes de inicio: octubre

11. HITOS

Gracias a las acciones llevadas a cabo por **Hablando en Plata** desde su lanzamiento, Atresmedia Audiovisual es la única televisión en Europa que cuenta con el **certificado AENOR por su Compromiso con las personas mayores**. El grupo consiguió esta certificación en 2024 tras una exhaustiva auditoría realizada por la entidad independiente. Las auditoras confirmaron el total cumplimiento de los compromisos anuales establecidos por la iniciativa, que están publicados en su web y firmados por la dirección (<https://www.hablandoenplata.es/compromisos/>). Son los siguientes: dos campañas de sensibilización, un programa especial, 26 piezas en informativos y/o programas de actualidad y tener algún contenido sobre personas mayores al menos el 50% de los días del año.

En 2025 y 2026 este certificado ha sido renovado al demostrarse el completo despliegue transversal realizado desde **Hablando en Plata**, así como el cumplimiento con creces de sus compromisos y la oportunidad de su estrategia global y de las acciones realizadas.

Además, en sus poco más de tres años y medio de vida, la iniciativa ha recibido varios reconocimientos:

- En septiembre de 2024 recibió el primer premio '**PMP-Día Internacional de las Personas Mayores**' de la Plataforma de Mayores y Pensionistas en la categoría de Medios de comunicación e Imagen social. La organización indicó que la iniciativa recibía el galardón por "visibilizar la realidad de este grupo social heterogéneo, posicionando en la agenda pública y mediática las distintas problemáticas que enfrentan".
- En 2025 recibió el **Premio Compromiso Mayor** en la categoría Consumo y Nuevos Mercados Adaptados en el III Congreso de Economía Plateada, donde se reconoció el compromiso, trayectoria y contribución ejemplar al impulso de la Economía Plateada, entendida como motor de desarrollo económico, cohesión territorial y bienestar social para las personas mayores.
- En 2025 también recibió el **Premio BELSILVER** en la categoría de Medios de Comunicación. Estos premios reconocen la trayectoria, compromiso y contribución activa a la visibilidad y valoración de la generación silver en la sociedad, siempre desde una mirada diversa, realista e inspiradora.

12. RECURSOS

- Personal necesario para llevar a cabo la experiencia:

La iniciativa **Hablando en Plata** cuenta con un equipo propio y la estrecha colaboración de diversas áreas del grupo Atresmedia Audiovisual para sus distintas actuaciones (dirección de informativos, dirección de actualidad, dirección de entretenimiento, dirección de promociones, dirección multimedia...).

- Recursos materiales necesarios para llevar a cabo la experiencia:

El uso de recursos depende de lo que cada acción requiera.

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)

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

La defensa del principio de autonomía está en la propia génesis y objetivo central de **Hablando en Plata**. La iniciativa promueve una imagen de las personas mayores como ciudadanos con capacidad de decisión, experiencia, derechos y proyectos propios, alejándose de visiones paternalistas o estereotipadas asociadas a la edad.

Favorece la **puesta en valor y autonomía de las personas mayores desde varias dimensiones**:

- **Dándoles voz** y situando sus necesidades, inquietudes y opiniones en el centro del debate público.
- **Combatiendo los estereotipos de edad**, que con frecuencia limitan la capacidad de decisión atribuida a las personas mayores. Al luchar contra el edadismo, la iniciativa reivindica que la edad no debe ser un motivo para cuestionar la competencia de una persona para gobernar su propia vida o participar plenamente en la sociedad.
- **Visibilizando la diversidad del envejecimiento**, mostrando a las personas mayores como un colectivo heterogéneo, activo y con diferentes proyectos vitales, capacidades y preferencias. Esta visión reconoce el derecho de cada persona a elegir cómo quiere vivir su proceso de envejecimiento.
- **Visibilizando problemáticas que afectan a la capacidad de elección**, como la brecha digital o la soledad no deseada, contribuyendo a generar conciencia social y a impulsar entornos más accesibles que permitan a las personas mayores mantener el control sobre sus decisiones incluso en situaciones de dependencia.

En definitiva, **Hablando en Plata** como iniciativa de comunicación y sensibilización, contribuye al principio de autonomía reconociendo a las personas mayores como sujetos de derechos, fomentando su participación en las decisiones que les afectan y combatiendo las barreras sociales que limitan su capacidad de elegir y dirigir su propio proyecto de vida, incluso en situaciones de fragilidad o dependencia.

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.

Hablando en Plata contribuye también al principio de individualidad al promover una visión de las personas mayores que reconoce su singularidad, diversidad y derecho a ser tratadas como individuos con identidades, trayectorias vitales, necesidades y preferencias propias, evitando las generalizaciones asociadas a la edad.

Este principio se refleja en varios aspectos de la iniciativa:

- **Rompe con la visión homogénea de las personas mayores**, mostrando que no existe una única forma de envejecer. A través de testimonios, reportajes y campañas, pone de manifiesto la diversidad de situaciones personales, económicas, familiares, culturales y de salud que existen dentro de este grupo de población.
- **Combate los estereotipos edadistas**, que tienden a definir a las personas únicamente por su edad cronológica. **Hablando en Plata** reivindica que cada persona mantiene su identidad, capacidades, intereses y proyectos propios independientemente de los años que tenga.
- **Da protagonismo a las historias personales**, permitiendo que las personas mayores se expresen en primera persona y compartan sus experiencias, aspiraciones y preocupaciones. De esta forma, se reconoce el valor de cada trayectoria vital y se evita hablar de las personas mayores como un colectivo homogéneo.
- **Promueve respuestas adaptadas a las distintas realidades del envejecimiento**, visibilizando cuestiones como la brecha digital, la empleabilidad sénior, la salud, la dependencia, la participación social o la soledad no deseada, entendiendo que estas afectan de manera diferente a cada persona.
- **Favorece una sociedad más inclusiva y respetuosa con las preferencias individuales**, sensibilizando sobre la importancia de escuchar y tener en cuenta los deseos, expectativas y decisiones de cada persona mayor en los ámbitos familiar, social, sanitario y asistencial.

En este sentido, **Hablando en Plata** contribuye al principio de individualidad al reconocer a cada persona mayor como única e irrepetible, con una identidad propia que debe ser respetada, evitando que la edad se convierta en una etiqueta que invisibilice sus características, preferencias y proyectos de vida particulares. Esta perspectiva es coherente con los enfoques de atención centrada en la persona y con la lucha contra el edadismo que inspira toda la iniciativa.

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.

La iniciativa **Hablando en Plata** contribuye al **principio de independencia** al fomentar que las personas mayores mantengan el mayor grado posible de control sobre su vida cotidiana, participen activamente en la sociedad y dispongan de los recursos necesarios para desenvolverse de manera autónoma en los distintos ámbitos de su vida.

Esta contribución se manifiesta de diversas formas:

- **Promoviendo el envejecimiento activo**, mostrando a las personas mayores como ciudadanos capaces de seguir desarrollando proyectos personales, profesionales, culturales y sociales, y no como sujetos pasivos dependientes de otros.
- **Visibilizando y denunciando barreras que limitan la independencia**, como la exclusión financiera, la brecha tecnológica, la soledad no deseada o la falta de accesibilidad a determinados servicios, promoviendo una mayor adaptación de la sociedad a las necesidades de una población cada vez más longeva.
- **Ofreciendo información útil y formación** sobre cuestiones que afectan directamente a la calidad de vida de las personas mayores, como la salud, la seguridad digital, los servicios financieros, la participación social o los recursos disponibles para afrontar situaciones de vulnerabilidad.
- **Combatiendo el edadismo en todos los ámbitos, pero de manera especial en el laboral y social**, defendiendo que la edad no debe ser una barrera para continuar trabajando, emprender, aprender nuevas competencias o participar plenamente en la vida comunitaria. Esto contribuye a reforzar la capacidad de las personas para mantenerse activas e independientes durante más tiempo.
- **Reforzando la autoestima y la confianza de las personas mayores**, al poner en valor su experiencia, conocimiento y contribución social. Esta visión favorece que las personas mantengan una actitud activa respecto a sus propias capacidades y decisiones.

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.

Hablando en Plata incorpora el **principio de integralidad** al abordar el envejecimiento desde una perspectiva amplia y multidimensional, reconociendo que el bienestar de las personas mayores depende de múltiples factores interrelacionados y no únicamente de su edad, estado de salud o situación de dependencia.

Este enfoque integral se refleja en varios aspectos:

- **Aborda de forma transversal las distintas dimensiones de la vida de las personas mayores**, incluyendo salud física y mental, bienestar emocional, participación social, relaciones personales, economía, empleo, formación, tecnología, vivienda, movilidad, ocio y derechos. De este modo, ofrece una visión completa de las necesidades y aspiraciones de este colectivo.
- **Fomenta una comprensión global de la longevidad**, destacando que el bienestar de las personas mayores no depende solo de recibir cuidados cuando son necesarios, sino también de mantener relaciones significativas, participar en la comunidad, acceder a servicios, ejercer sus derechos y desarrollar proyectos personales.
- **Visibiliza la diversidad de situaciones que acompañan al envejecimiento**, mostrando que las personas mayores pueden enfrentarse simultáneamente a retos relacionados con la salud, la soledad, la exclusión digital, la discriminación por edad o la seguridad económica, que requieren respuestas coordinadas y no aisladas.
- **Genera información y conocimiento sobre la realidad sénior**, a través de estudios como el Barómetro de edadismo, que permite identificar necesidades desde diferentes perspectivas y promover respuestas más completas y adaptadas.
- **Impulsa una visión positiva y activa del envejecimiento** en sus diferentes campañas y contenidos, que integra una visión realista y multidimensional de este fenómeno.

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.

Hablando en Plata cuenta con una ventana abierta de modo constante a la sociedad. En primer lugar, a través de los **diferentes estudios periódicos cuantitativos y cualitativos** llevados a cabo en los que se recogen los intereses y preocupaciones de las personas mayores y de la sociedad en su conjunto. Estos estudios sirven para recoger las necesidades sociales, para evaluar el desempeño de la iniciativa y para adaptar sus distintas acciones y contenidos a lo que verdaderamente se demanda. En segundo lugar, la iniciativa cuenta con un **buzón de sugerencias en su web** (<https://www.hablandoenplata.es/compromisos/form.html>) a través del que cualquier persona puede enviar un mensaje con su propuesta, denuncia o pregunta. Estos mensajes son leídos y categorizados y de gran valor para elaborar los contenidos de **Hablando en Plata** tanto en los informativos, programas de actualidad y especiales, así como en su web y redes sociales. También son imprescindibles para poner en marcha acciones de incidencia basadas en lo que verdaderamente preocupa a la sociedad.

Además, uno de los objetivos principales de **Hablando en Plata** es dar voz a las personas mayores, convirtiéndolas en protagonistas de reportajes, entrevistas, especiales y campañas. La iniciativa no solo habla de ellas, sino que fomenta que sean ellas mismas quienes expresen sus necesidades, preocupaciones, propuestas y expectativas. Pretende contribuir a que sean protagonistas de los asuntos que les afectan, favoreciendo su presencia activa en la vida social, económica, cultural y pública, y garantizando que sus opiniones, experiencias y demandas formen parte del debate social.

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.

La iniciativa **Hablando en Plata** está concebida en sí misma para contribuir a las inclusión social y puesta en valor de las personas mayores. **Pretende favorecer que los sénior sigan formando parte activa de su comunidad**, mantengan relaciones sociales significativas, participen en la vida pública y cultural y puedan acceder en igualdad de oportunidades a los recursos y bienes que ofrece la sociedad, independientemente de su edad. De esta manera, la iniciativa impulsa una sociedad más inclusiva, cohesionada y respetuosa con los derechos y la dignidad de las personas mayores.

Esta contribución se materializa de varias maneras: combatiendo el edadismo y los estereotipos asociados a la edad, que constituyen una de las principales barreras para la inclusión social de las personas mayores; mostrando ejemplos de envejecimiento activo y promoviendo una imagen positiva de la longevidad basada en la contribución y la experiencia; y dando visibilidad a situaciones de exclusión social para contribuir a sensibilizar e impulsar una mayor integración. Así mismo, como iniciativa de comunicación, promueve el acceso a bienes sociales y culturales al difundir información de recursos y ofertas de formación, cultura, ocio... para personas mayores.

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.

No procede

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.

El objetivo principal de Hablando en Plata es precisamente **renovar la imagen del colectivo de personas mayores**. Nació en 2022 con una naturaleza diferencial respecto a otras iniciativas de responsabilidad social corporativa de Atresmedia Audiovisual. Desde el comienzo fue concebida como una **iniciativa transversal y 360° muy capilarizada en los contenidos** del grupo. Como ya se ha indicado, no solo consta de campañas de sensibilización, sino que cuenta con presencia constante en informativos y programas de actualidad y con especiales de temas de gran interés en horario de máxima audiencia en A3 además de contar con su propia web y redes sociales en actualización continua. Es la única iniciativa del grupo con estas características.

Además, la iniciativa va más allá de las acciones de comunicación, pretende **generar conocimiento y contribuir a un cambio de mirada hacia las personas mayores** a través de datos que hagan tangibles las realidades. Su I Barómetro de edadismo constituye una investigación pionera y exhaustiva con carácter longitudinal que aborda todos los ámbitos del edadismo.

Criterio de Transferibilidad

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

Hablando en Plata aborda un problema social de alcance general (el edadismo hacia las personas mayores) desde una **estrategia de comunicación adaptable y formatos y acciones fácilmente replicables a otras realidades o medios**. Esto permite que su enfoque y despliegue de acciones puedan ser reproducidos o adaptados por otras organizaciones interesadas en promover cambios sociales y trabajar por sociedades más inclusivas.

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.

El desarrollo de las acciones de **Hablando en Plata** implica un **trabajo en red dentro del propio grupo Atresmedia**. La puesta en marcha y ejecución de las diferentes acciones conlleva la implicación de diferentes áreas: contenidos, informativos, promociones, imagen corporativa, multimedia... El completo despliegue transversal de la iniciativa dentro del grupo quedó patente en la exhaustiva auditoría realizada por AENOR para la concesión del Compromiso con las personas mayores.

Además, **Hablando en Plata ha llegado a varias alianzas con agentes externos para extender y potenciar la puesta en valor de la población sénior**. En verano de 2023, sumó fuerzas con la **Fundación Amigos de los Mayores** con una campaña de concienciación sobre la soledad no deseada en la que se invitaba a los espectadores a colaborar con la asociación.

En 2024, se firmó un acuerdo de colaboración con el **diario digital 65ymás**, especializado en el público sénior, para amplificar el compromiso de ambas de poner en valor a las personas mayores y visibilizar sus derechos y problemáticas. **Hablando en Plata** también tiene una acción conjunta con **CaixaBank**, por el que ambas entidades impulsan acciones conjuntas de difusión sobre temáticas centradas en el colectivo (voluntariado, ciberseguridad, longevidad saludable...) a través de televisión, radio, soportes digitales y redes sociales.

Más allá de acuerdos con otras entidades, **Hablando en Plata** también establece lazos y relaciones de valor con **agentes y personalidades expertas** en la defensa de los derechos de las personas mayores y en la lucha contra el edadismo. Así lo hace, en su Barómetro de edadismo, en el que cuenta con un plantel de expertos en este fenómeno.

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).

El **I Barómetro de edadismo de Hablando en Plata**, realizado en 2025, incluyó un análisis diferencial de las percepciones de discriminación entre mujeres y hombres. Los resultados evidenciaron que, en todos los indicadores evaluados, las mujeres reportan niveles superiores de discriminación, particularmente en contextos de trato irrespetuoso dentro de los ámbitos sanitario y laboral. Estos hallazgos fueron trasladados en las diferentes comunicaciones y sirven de base para futuras acciones que

Criterio de Perspectiva de Género

aborden de manera diferencial la realidad de las personas mayores según su 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

Hablando en Plata está sometida a una constante evaluación. En 2024, Atresmedia Audiovisual y **Hablando en Plata** fijaron sus **compromisos con las personas mayores en un documento firmando por la dirección y recogido públicamente** en su web con objetivos concretos y medibles:

- dos campañas de sensibilización
- un especial de prime time
- 26 piezas al año con contenidos de personas mayores en informativos y/o programas
- un 50% de emisión con contenidos de personas mayores

Cada año **se comprueba su cumplimiento**, que **es constatado en las auditorías de AENOR** para la renovación del Compromiso con las personas mayores. La revisión ha mostrado una evolución muy positiva, superando cada año con holgura el objetivo. En 2025, los compromisos establecidos volvieron a cumplirse ampliamente, con una presencia de contenidos significativamente superior a la prevista y a la de años anteriores.

Se disponen de varios métodos para realizar un seguimiento tanto de los contenidos emitidos, su eficacia y adecuación a los objetivos, así como de los resultados de audiencia, relevancia y notoriedad social.

Diariamente se disponen de **informes de audiencia** de la empresa Fifty5Blue (antes Kantar Media) donde se constata el seguimiento y cobertura de los programas especiales o las piezas emitidas en diferentes programas e informativos. Los resultados ayudan a evaluar qué contenidos son los que resultan de más o menos interés para el público objetivo,

Varias veces al año se realizan **encuentros cualitativos** en los que se testa tanto la **notoriedad y el impacto social de la iniciativa** como los temas y problemáticas que resultan de especial interés para las personas mayores para poder adecuar los contenidos y acciones.

Asimismo, se cuenta con informes sobre la repercusión en prensa de las acciones y comunicaciones realizadas y de la eficacia de las publicaciones en web y redes sociales.

Además, anualmente el equipo de **Hablando en Plata** junto con la Dirección General de Atresmedia Audiovisual realizan una revisión de los objetivos de la iniciativa. Se

Criterio de Evaluación y Resultados

comprueba el grado de cumplimiento de los del año anterior y se establecen los objetivos para el siguiente ejercicio.

Ambiente facilitador y otros criterios

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

No procede.