

Consulta la buena práctica



Dominga habla sola

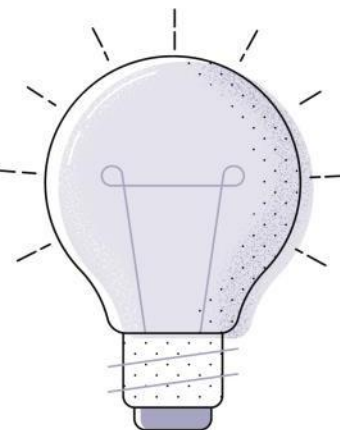


ÍNDICE

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

1. RESUMEN DE LA BUENA PRÁCTICA

Dominga habla sola es una práctica de innovación cultural que utiliza el humor gráfico, la ilustración, los libros, las exposiciones, las conferencias, los talleres y las campañas institucionales para combatir el edadismo y transformar la representación social de la vejez. Desde 2021 ha llevado esta mirada a redes sociales y, desde 2023, a municipios, universidades y entidades de todo el territorio español, promoviendo reconocimiento, participación, autonomía y una visión plural de las personas mayores.



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.	X
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.	X
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.	
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	X
Familias	X
Profesionales	X
Sociedad en general	X
Otro/s	X
Describa las características principales de las personas beneficiarias de la experiencia: La práctica se dirige prioritariamente a personas mayores y, de forma transversal, a profesionales, familias, estudiantes y ciudadanía. Trabaja especialmente sobre mujeres mayores, personas que experimentan invisibilidad o soledad no deseada y personas expuestas a prejuicios relacionados con la edad. Una parte esencial del beneficio es simbólica y relacional: favorecer que las personas mayores se reconozcan como protagonistas, con capacidad de decisión, deseo, opinión, vínculos y proyecto de vida.	

4. TIPO DE ACTIVIDAD

Centro residencial	X
Comunidades, viviendas, domicilios	X
Centros ocupacionales	
Centros de día	X
TAD, SAD	
Escuelas, universidades y otros centros educativos	X
Lugares y centros de trabajo	X
Políticas públicas	X
Transporte	
Ocio	X
Cultura	X
Deporte	
Otro/s	X
Describa el tipo de actividad de la entidad que lleva a cabo la buena práctica: Bibliotecas, congresos, jornadas profesionales, centros cívicos, espacios de igualdad y entidades sociales. Creación artística y cultural, comunicación social, sensibilización, formación, divulgación, conferencias, talleres participativos, exposiciones y desarrollo de campañas institucionales. La práctica conecta cultura y acción social para transformar los imaginarios sobre el envejecimiento.	

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:
práctica desarrollada en diferentes comunidades autónomas y con alcance digital nacional (por ejemplo, colaboración con Cruz Roja, Fundación La Caixa "Siempre acompañados")
Entre otros: Barcelona, Soria, Madrid, Málaga, Ciudad Real, Getafe, Moraleja, Hospitalet de Llobregat, Cervelló, Paterna, Gavà, Valladolid, Molins de Rei, Granada, Tauste, Boadilla del Monte, Villena, Onteniente, San Javier, Mataró, Masnou, Pineda de Mar, Subirats, Cabrera de Mar, Aranda de Duero, Llíria, Lucena, Figueres, Roses, Montbui, Sant Boi de Llobregat, Badajoz, Alpedrete, así como actuaciones vinculadas a diputaciones, consejos comarcales, universidades y entidades de ámbito estatal.

6. DESCRIPCIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Dominga habla sola es una práctica cultural continuada que utiliza un personaje de humor gráfico como herramienta para cuestionar estereotipos sobre la vejez y abrir conversaciones sobre edadismo, soledad no deseada, cuidados, participación social, género, deseo, amistad, autonomía y derechos.

La iniciativa nació en 2021. Las primeras publicaciones en redes sociales aparecieron en febrero de ese año. La propuesta partía de una intuición sencilla: muchas representaciones de la vejez reducían a las personas mayores a la dependencia, la enfermedad, la fragilidad o la nostalgia. Dominga introdujo otra mirada: una mujer mayor con voz propia, sentido del humor, criterio, contradicciones, deseos y capacidad para cuestionar aquello que la sociedad da por normal.

El proyecto fue creciendo de forma orgánica. La comunidad digital comenzó a reconocer en las viñetas situaciones propias y a compartirlas como experiencias colectivas. El personaje pasó progresivamente de las redes sociales a espacios presenciales: conferencias, talleres, exposiciones, bibliotecas, universidades, congresos, centros sociales y campañas públicas.

Desde 2023, año en que se intensifica esta salida del ámbito digital, se han desarrollado aproximadamente 53 conferencias, 126 talleres, 8 exposiciones y 26 campañas institucionales. Las actividades se han realizado en numerosos municipios y en

colaboración con administraciones públicas, diputaciones, consejos comarcales, universidades, fundaciones, entidades sociales y organizaciones vinculadas a la salud y los cuidados.

La metodología se adapta al contexto, pero mantiene una lógica común: 1) identificar un problema relacionado con la representación de la vejez; 2) traducirlo a un lenguaje visual y cotidiano; 3) utilizar el humor para facilitar la identificación y reducir resistencias; 4) abrir espacios de conversación; 5) escuchar las experiencias de las personas participantes; 6) adaptar contenidos y mensajes al territorio y al público; y 7) trasladar los aprendizajes a nuevas viñetas, talleres, campañas o publicaciones.

La práctica no se limita a transmitir información sobre edadismo. Busca que las personas puedan reconocerlo en situaciones concretas y, sobre todo, reconocer su propia capacidad para cuestionarlo. En talleres y actividades aparece con frecuencia una respuesta especialmente significativa: personas mayores que dicen «Yo soy Dominga», «Yo soy una Dominga», «Todas somos Dominga» o «Yo me siento Dominga». Esta apropiación simbólica constituye una evidencia cualitativa relevante del grado de identificación que genera el personaje.

El proyecto cuenta además con una dimensión editorial. En 2023 se publicó «Dominga habla sola. Mejor hablar sola que callar acompañada», con Aguilar (Penguin Random House), sobre soledad, edadismo, miedos, paso del tiempo y envejecimiento. En 2026 se publicó «Dominga habla sola. Todas las historias que habitamos», también con Aguilar, profundizando especialmente en las experiencias de las mujeres mayores, el edadismo, el envejecimiento siendo mujer, feminismo, sororidad, soledad, amistad, sexualidad y presión estética.

La práctica también ha sido incorporada a materiales especializados. Fundación Pilares ha utilizado la participación gráfica de Elisabeth Justicia y de Dominga habla sola en su guía «Comunicación social antiedadista en redes y otros ámbitos sociales», precisamente en relación con recomendaciones para combatir el lenguaje y las imágenes edadistas. Esto constituye una conexión directa entre la creación cultural del proyecto y la reflexión especializada sobre comunicación antiedadista.

En conjunto, Dominga habla sola funciona como un puente entre cultura, comunicación, educación y acción comunitaria. Su aportación al modelo AICP no consiste en prestar atención asistencial, sino en contribuir a las condiciones culturales y sociales que hacen posible una atención y una convivencia verdaderamente centradas en la persona: dignidad, reconocimiento, autonomía, participación, inclusión y respeto por la singularidad de cada biografía.

7. JUSTIFICACIÓN

La iniciativa surge de la constatación de una contradicción: mientras aumenta la longevidad y las personas viven más años, la representación social de la vejez continúa siendo frecuentemente reduccionista. La edad se convierte en una frontera que determina qué se considera apropiado, posible o deseable para una persona.

El edadismo no se manifiesta únicamente en decisiones institucionales. También aparece en conversaciones cotidianas, imágenes publicitarias, relaciones familiares, medios de comunicación, entornos sanitarios y sociales y, finalmente, en la propia percepción que cada persona puede desarrollar sobre sus capacidades y su futuro.

La práctica nace para intervenir precisamente en ese territorio cultural: el de las imágenes, los relatos y las expectativas. Si las personas mayores solo aparecen asociadas a dependencia, enfermedad o fragilidad, la sociedad termina interpretando la vejez desde esas categorías. Dominga propone ampliar el relato y mostrar una vejez plural, contradictoria, deseante, divertida, vulnerable cuando corresponde, pero también autónoma, crítica, creativa y plenamente ciudadana.

La elección del humor es deliberada. Permite abordar cuestiones sensibles sin convertir a las personas mayores en objeto de compasión y facilita que públicos muy diferentes puedan reconocerse en situaciones concretas. El objetivo no es reírse de la vejez, sino reírse de los prejuicios que la limitan.

8. OBJETIVOS

Objetivo General:

Contribuir a transformar la mirada social sobre el envejecimiento y a combatir el edadismo mediante una práctica cultural y participativa que favorezca la dignidad, la autonomía, la inclusión, la participación y el reconocimiento de las personas mayores como sujetos de derechos y protagonistas de sus propias vidas.

Objetivos Específicos:

1. Visibilizar la diversidad de las experiencias de envejecimiento.
2. Identificar y cuestionar estereotipos y conductas edadistas presentes en la vida cotidiana.
3. Favorecer una representación social de las personas mayores alejada de la infantilización, la invisibilidad y la asociación automática entre edad y dependencia.
4. Generar espacios de conversación y reconocimiento a través del humor, la ilustración y la cultura.
5. Promover especialmente la visibilidad y el empoderamiento de las mujeres mayores desde una perspectiva de género.
6. Sensibilizar a profesionales, administraciones, familias, estudiantes y ciudadanía.
7. Facilitar que las entidades dispongan de un lenguaje accesible y atractivo para comunicar políticas y programas relacionados con envejecimiento, cuidados y participación.
8. Favorecer la transferencia de la práctica a distintos territorios y contextos

9. PALABRAS CLAVES

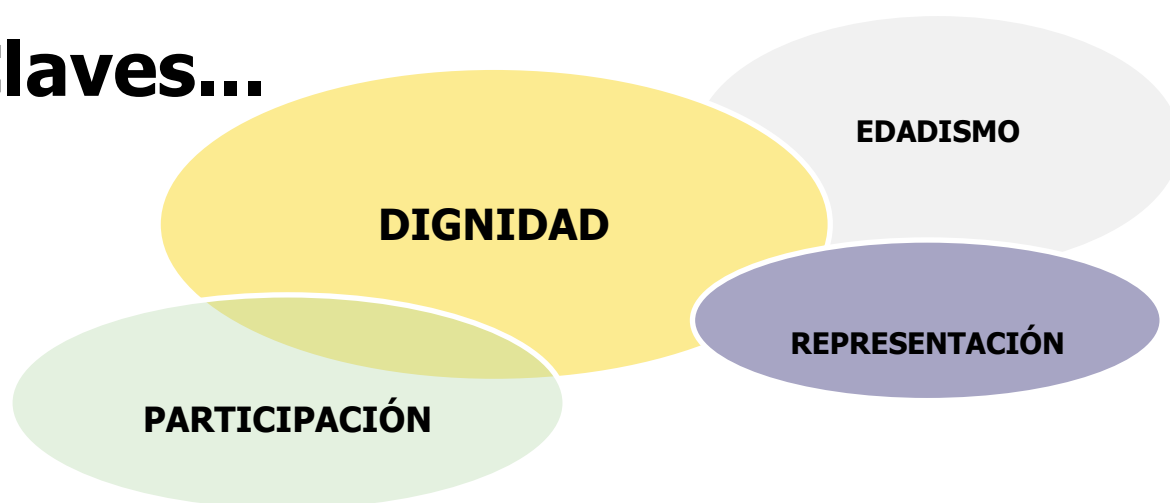
Palabra clave 1 — **DIGNIDAD** La persona mayor no es definida por su edad, diagnóstico, grado de dependencia o necesidad de apoyo. Dominga devuelve centralidad a la biografía, la voz, el criterio y los deseos de cada persona.

Palabra clave 2 — **PARTICIPACIÓN** La práctica convierte a las personas mayores en interlocutoras y protagonistas. Las conversaciones generadas en talleres y actividades permiten que sus experiencias alimenten el relato y orienten la sensibilización.

Palabra clave 3 — **EDADISMO** Es el problema social central que se pretende identificar y cuestionar: prejuicios, estereotipos y discriminaciones asociados a la edad, tanto en la sociedad como en la percepción que las propias personas pueden desarrollar sobre sí mismas.

Palabra clave 4 — **REPRESENTACIÓN** Cambiar las imágenes cambia también las posibilidades imaginadas. Dominga propone una representación plural de la vejez, especialmente de las mujeres mayores, y utiliza esa representación como herramienta de transformación cultural.

Claves...



10. TEMPORALIZACIÓN

Año de inicio: 2021

Mes de inicio: Febrero (inicio de las primeras publicaciones en redes sociales)

Evolución:

2021–2022: consolidación del personaje y comunidad digital. 2023: publicación del primer libro y expansión intensiva a conferencias, talleres, exposiciones y campañas institucionales. 2024–2025: consolidación de colaboraciones territoriales e institucionales y ampliación de temáticas. 2026: publicación del segundo libro y continuidad de la práctica

11. HITOS

- 2021 — Nacimiento de Dominga habla sola y comienzo de las publicaciones en redes sociales.
- 2021–2026 — Más de 600 viñetas publicadas y construcción de una comunidad digital de gran alcance.
- 2023 — Publicación del primer libro: «Dominga habla sola. Mejor hablar sola que callar acompañada», Aguilar (Penguin Random House).
- Desde 2023 — Aproximadamente 53 conferencias, 126 talleres, 8 exposiciones y 26 campañas institucionales.
- 2023–2026 — Extensión territorial a numerosos municipios y comunidades autónomas, así como a universidades, congresos y entidades sociales.
- Colaboraciones con administraciones y entidades como Fundación "la Caixa", Cruz Roja, Plena Inclusión, Fundación Amigos de los Mayores, diputaciones, consejos comarcales y numerosos ayuntamientos.
- Incorporación de la obra gráfica de Elisabeth Justicia/Dominga a la guía de Fundación Pilares «Comunicación social antiedadista en redes y otros ámbitos sociales».
- 2026 — Publicación del segundo libro: «Dominga habla sola. Todas las historias que habitamos», Aguilar (Penguin Random House).
- 2026 — La comunidad digital supera, según datos facilitados por la autora, 213.000 seguidores en Instagram, 50.000 en TikTok y 18.000 en Facebook.
- Hito cualitativo recurrente — apropiación simbólica del personaje por parte de personas mayores mediante expresiones como «Yo soy Dominga», «Yo soy una Dominga», «Todas somos Dominga» o «Yo me siento Dominga».

12. RECURSOS

- Personal necesario para llevar a cabo la experiencia:

La práctica está liderada y desarrollada por Elisabeth Justicia, responsable de creación, investigación de contenidos, diseño de viñetas, adaptación de materiales, preparación e impartición de conferencias y talleres, coordinación con entidades y desarrollo de campañas. Según cada proyecto, se coordina con los equipos técnicos y profesionales de las entidades colaboradoras.

- Recursos materiales necesarios para llevar a cabo la experiencia:

Viñetas e ilustraciones originales y reproducibles; libros y publicaciones; presentaciones; materiales gráficos para campañas; paneles y soportes para exposiciones; recursos audiovisuales y digitales; espacios adecuados para talleres, conferencias y exposiciones; canales digitales y redes sociales.

- Características de los recursos:

La práctica es relativamente ligera en recursos físicos y fácilmente adaptable. Su principal activo es el conocimiento acumulado, el personaje, el archivo gráfico, la metodología de comunicación y la capacidad de adaptar los contenidos a diferentes públicos y territorios.

13. FINANCIACIÓN

Recursos propios	X
Cuota de personas usuarias	
Ingresos derivados de la prestación de servicios/productos	X
Subvenciones	
Otros	X
Especificar otras fuentes de financiación diferentes: Ingresos editoriales tras las publicaciones y colaboraciones profesionales con entidades públicas y privadas.	
Modelo de sostenibilidad	
La práctica se sostiene mediante la actividad profesional de Elisabeth Justicia y la contratación de servicios por parte de entidades colaboradoras, complementada por la actividad editorial y otros productos del proyecto. No depende de una única administración o financiador, lo que favorece su continuidad y diversificación.	

14. ALINEACIÓN CON OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

0.	Acabar con la pobreza	
1.	Hambre cero	
2.	Salud y bienestar	X
3.	Educación de calidad	X
4.	Igualdad de género	X
5.	Agua limpia y saneamiento	
6.	Energía asequible y no contaminante	
7.	Trabajo decente y crecimiento económico	
8.	Industria, innovación e infraestructura	
9.	Reducción de las desigualdades	
10.	Ciudades y comunidades sostenibles	X
11.	Producción y consumo responsables	X
12.	Acción por el clima	
13.	Vida submarina	
14.	Vida de ecosistemas terrestres	
15.	Paz, justicia e instituciones solidarias	X
16.	Alianzas para lograr los objetivos	X
17.	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 práctica combate la idea de que cumplir años implica perder capacidad de decisión. Las viñetas, conferencias y talleres presentan a las personas mayores como sujetos con criterio, preferencias, deseos, derechos y capacidad de decidir sobre su propia vida. No se habla de ellas únicamente desde la necesidad de cuidados, sino desde su condición de ciudadanas y protagonistas.

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.

Dominga parte de una premisa central: no existe una única forma de envejecer. El proyecto muestra biografías, deseos, contradicciones, relaciones, cuerpos y experiencias diversas. Las actividades se adaptan al territorio y al grupo participante, evitando tratar a «las personas mayores» como un colectivo homogéneo.

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 práctica contribuye a preservar y reforzar la independencia entendida como capacidad social y personal de agencia: tomar la palabra, expresar preferencias, cuestionar límites y mantener un proyecto vital. No pretende sustituir intervenciones funcionales o asistenciales; su aportación está en el plano cultural, relacional y de reconocimiento.

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.

El envejecimiento se aborda como una experiencia multidimensional. El proyecto conecta bienestar emocional, relaciones sociales, participación, género, sexualidad, cultura, cuidados, salud, soledad y representación social. Además, trabaja con agentes de ámbitos diversos, favoreciendo una mirada que no separa artificialmente las dimensiones de la vida.

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.

La práctica genera espacios donde las personas mayores pueden expresar experiencias y opiniones. La identificación con Dominga y las conversaciones surgidas en talleres son parte esencial de la intervención. La persona mayor no es únicamente receptora de un mensaje: su experiencia alimenta el contenido y orienta la conversación.

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.

El proyecto utiliza la cultura para favorecer presencia y participación social. Las exposiciones, campañas, conferencias, bibliotecas, universidades y redes sociales son espacios donde las personas mayores aparecen como protagonistas de la vida comunitaria y cultural. La práctica cuestiona la invisibilidad y facilita el acceso a bienes culturales y a conversaciones sociales relevantes.

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.

Aunque Dominga no es un servicio asistencial, la práctica presenta continuidad y adaptación en el tiempo: nació en 2021, continúa activa y se ha desplegado progresivamente en distintos contextos. Las colaboraciones repetidas permiten adaptar mensajes y formatos a las necesidades de cada entidad y territorio. Su continuidad cultural puede complementar otros procesos de atención, sensibilización y participación.

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.

La innovación reside en utilizar un personaje de humor gráfico como herramienta transversal de intervención social sobre envejecimiento. Dominga transforma conceptos complejos —edadismo, autonomía, soledad, género, derechos, participación— en situaciones cotidianas reconocibles. La práctica desplaza el relato de la vejez desde la fragilidad y la asistencia hacia la ciudadanía, el humor, el deseo, la diversidad y la capacidad de decisión.

Criterio de Transferibilidad

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

La metodología es adaptable a diferentes públicos y territorios. El personaje y el lenguaje visual ofrecen un marco estable, mientras que los contenidos, campañas, talleres y ejemplos se ajustan a cada comunidad. Puede aplicarse en municipios, universidades, bibliotecas, centros sociales, congresos, organizaciones sanitarias y entidades del tercer sector. No requiere infraestructuras complejas y puede combinar formatos presenciales y digitales.

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.

La práctica se ha construido mediante una amplia red de colaboración: ayuntamientos, diputaciones, consejos comarcales, universidades, fundaciones, Cruz Roja, Plena Inclusión, Fundación “la Caixa”, Fundación Amigos de los Mayores, entidades culturales, organizaciones sanitarias y empresas. La diversidad de agentes demuestra que la lucha contra el edadismo puede abordarse desde diferentes sectores de forma complementaria.

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).

La perspectiva de género atraviesa el proyecto y se hace especialmente explícita en el segundo libro, en los talleres para mujeres mayores y en campañas sobre visibilización. Se abordan la invisibilidad de las mujeres mayores, el doble estándar de género y edad, la presión estética, la sexualidad, la amistad, la sororidad, los cuidados y los roles impuestos. La práctica entiende que envejecer no tiene el mismo significado social para mujeres y hombres.

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):

La práctica no dispone actualmente de un sistema formal y homogéneo de evaluación basado en cuestionarios pre/post o escalas de impacto, por lo que no se presentan como resultados cuantitativos aquellos que no pueden acreditarse. Sí existe un conjunto de indicadores de actividad y alcance: continuidad desde 2021; aproximadamente 53 conferencias, 126 talleres, 8 exposiciones y 26 campañas desde 2023; más de 600 viñetas publicadas; comunidad digital de aproximadamente 213.000 seguidores en Instagram, 50.000 en TikTok y 18.000 en Facebook; publicación de dos libros con Aguilar; y colaboración sostenida con numerosas administraciones y

Criterio de Evaluación y Resultados

entidades.

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

La evaluación realizada hasta la fecha ha sido principalmente de seguimiento de actividad, alcance, demanda institucional, continuidad de colaboraciones y observación cualitativa de las respuestas generadas en talleres, conferencias, exposiciones y campañas. Un indicador cualitativo especialmente recurrente es la apropiación del personaje mediante expresiones como «Yo soy Dominga» o «Todas somos Dominga». Se reconoce expresamente que estos indicadores no sustituyen una evaluación de impacto estandarizada y que constituye un área de mejora futura.

(Describir qué resultados se han obtenido?)

1) Alta continuidad y expansión territorial de la práctica. 2) Incorporación del proyecto a campañas de sensibilización de administraciones y entidades. 3) Uso de la obra gráfica en contextos especializados de comunicación antiedadista. 4) Creación de un corpus de más de 600 viñetas y dos libros publicados por Aguilar. 5) Capacidad de llegar a públicos diversos mediante redes, cultura, educación y acción comunitaria. 6) Reconocimiento y apropiación simbólica por parte de personas mayores que se identifican con el personaje. 7) Consolidación de una red de colaboración intersectorial.

Ambiente facilitador y otros criterios

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

La práctica favorece entornos sociales y culturales más facilitadores al cuestionar las barreras simbólicas que dificultan la participación de las personas mayores. Se desarrolla en espacios comunitarios accesibles y cotidianos —bibliotecas, centros cívicos, universidades, ayuntamientos, exposiciones, congresos y redes digitales— y promueve una cultura donde la edad no determine de antemano qué puede hacer, sentir o decidir una persona.

NATURALEZA

Proyecto cultural y social de iniciativa privada, desarrollado mediante colaboraciones con administraciones públicas, universidades, fundaciones, entidades sociales, organizaciones sanitarias, bibliotecas y otros agentes comunitarios.

ENTIDADES Y AGENTES COLABORADORES REPRESENTATIVOS

Ayuntamientos de Barcelona, Soria, Málaga, Granada, Hospitalet de Llobregat, Madrid, Salamanca, Valladolid, Figueres, Girona, Llíria, Aranda de Duero, Mataró, Masnou, Pineda de Mar, San Javier, Subirats, Badajoz, entre otros; Diputación de Barcelona, Diputación de Segovia y Diputación de Valladolid; Consell Comarcal del Maresme, Consell Comarcal de l'Alt Empordà, Consell Comarcal de l'Anoia y Consell Comarcal La Plana; Fundación "la Caixa", Cruz Roja, Plena Inclusión, Fundación Amigos de los Mayores, Cultura en Vena, AstraZeneca, AEBIA, Manos Unidas; universidades y otras entidades educativas, sociales y profesionales.

NOTA FINAL DE PRESENTACIÓN

Dominga habla sola se presenta a la Red de Buenas Prácticas no como un proyecto asistencial, sino como una práctica cultural que contribuye a crear las condiciones sociales y simbólicas necesarias para que el Modelo de Atención Integral y Centrada en la Persona pueda desarrollarse de forma coherente: reconociendo dignidad, individualidad, autonomía, participación e inclusión.

Su principal aportación consiste en cambiar el lugar desde el que se mira a las personas mayores. Frente a una representación que las sitúa con frecuencia en el margen, Dominga las devuelve al centro del relato: como personas con historia, humor, criterio, vínculos, deseo, derechos y capacidad para seguir construyendo su propia vida.

La práctica continúa abierta y en evolución. Precisamente por ello, la incorporación a la Red de Buenas Prácticas permitiría sistematizar mejor el conocimiento generado, compartir aprendizajes y avanzar hacia un sistema de evaluación más estructurado que permita medir de manera más precisa sus efectos sobre actitudes y percepciones relacionadas con el edadismo.