

## LAS PERSONAS MAYORES OPINAN COMO CONSUMIDORES Y USUARIOS

El Ayuntamiento de Madrid ha desarrollado diversos trabajos para enfrentar los cambios que están experimentando las personas mayores en su ciudad y para recoger sus necesidades, integrándolos plenamente en su condición ciudadana.

Desde el año 2014, Madrid es miembro de la *Red mundial de ciudades amigables con las personas mayores*, iniciativa con multitud de implicaciones en diversos ámbitos de acción, y que comporta, entre otras cuestiones, la conciliación progresiva de la ciudad a las necesidades de las personas mayores.

En el marco de las citadas iniciativas se ha realizado un grupo de discusión, con miembros de asociaciones y organizaciones de mayores, sobre establecimientos amigables desde el punto de vista de las personas mayores de la ciudad de Madrid.

Los participantes refieren que a pesar de los estereotipos, puede apreciarse una impresión general de mejora, una evolución social e institucional favorable respecto a los mayores en la Ciudad de Madrid.

Mencionan específicamente diversas situaciones en que se sienten poco valorados, ninguneados o tratados con cierto desprecio. En estos casos se pone de relevancia la falta de consideración hacia las personas mayores, ya que los profesionales se dirigen en ocasiones al acompañante y no se preocupan de informarle directamente.

Los participantes señalan también situaciones donde esta falta de valoración de las capacidades de las personas mayores se convierte en actitudes de abuso hacia ellos, y específicamente destacan el ámbito comercial porque las personas mayores son considerados buenas consumidoras, buenos compradoras. El carácter de buen comprador parece ser conocido y reconocido por los comerciantes, lo que da lugar a situaciones de abuso hacia los colectivos de mayores más vulnerables. Esto se evidencia en los timos, las estafas tan conocidas hacia las personas mayores.

Otro ámbito relacionado es la discriminación que padecen desde el sector de la moda. Se señala que la ropa está diseñada para jóvenes, y es muy difícil ver atendidos sus gustos o necesidades en el comercio habitual de precio medio.

Además, se habla de cambios negativos que repercuten particularmente sobre las personas mayores, relacionados con el trato y la atención en los comercios. Se señala un cambio negativo en relación a la actitud de los vendedores. En este sentido, parece de importancia la cuestión de la atención personalizada en las tiendas, actitud infrecuente y más propia de tiempos pasados que, sin embargo, es interesante y apreciada por las personas mayores. La gran diferencia a la hora de consumir se refiere al acceso a la información y a las ventajas que tiene el mundo digital. La brecha digital tiene mucha incidencia en el consumo y esto se entiende como una desventaja como consumidores.

La falta de familiaridad con las nuevas tecnologías les sitúa en peores condiciones como consumidores, dado que no participan en igualdad en el comercio electrónico.

La banca es el sector empresarial más señalado por los participantes. Los bancos y su trato se consideran perversos, engañosos e injustos. Por una parte presentan la falta de atención y la actitud descortés hacia los clientes. A esto se suma el proceso de digitalización que ha llevado la banca en los últimos años y que excluye de facto a las personas mayores, ya que son los clientes menos familiarizados con las tecnologías y que más reclaman el trato personal.

Este trato desde la banca no se achaca al edadismo, sino al funcionamiento dentro del sector y al modelo de negocio. Sin embargo, sí se señalan actitudes negativas hacia las personas mayores: se hacen algunas acusaciones de fraude o estafa y del aprovechamiento de las dificultades de comunicación.

En otro ámbito, como son los medios de comunicación, se señala una caricaturización de las personas mayores que delata el edadismo manifestado, eminentemente en la asignación de decrepitud, dificultades cognitivas, vulnerabilidad emocional y lazos familiares.

Además, respecto a su imagen como televidente, advierten también una caricatura de la persona mayor como pasiva, que redundaría en la idea de inutilidad y desvalorización de las personas mayores, que dado que no trabajan y si no cuidan, no hacen nada. La vida cotidiana fuera de los ámbitos de reconocimiento, trabajo y familia, tiene, así pues, poco valor.