




Aportaciones de las asociaciones  
Por una sociedad para todas las edades





## Aportaciones

 Desde las asociaciones de mayores participantes en la campaña se insta a Naciones Unidas a elaborar una Convención Internacional de los Derechos de las Personas de Edad, tal y como se recoge en la Declaración de Brasilia (diciembre 2007).


 Se solicita a las administraciones el diseño de políticas de envejecimiento desde el prisma de los derechos humanos, no desde la cobertura de los servicios básicos.

 Se deben perseguir legalmente, desde la perspectiva de derechos humanos, cualquier tipo de discriminación por razones de edad, poniendo especial atención la que se produce en el ámbito laboral.









 Las empresas deben integrar en sus estructuras los cambios demográficos que se presentan, para ello deben diseñar políticas de desarrollo del personal para aprovechar los puntos fuertes de los trabajadores de todas las edades.

 Los trabajadores tienen el derecho y el deber de formarse a lo largo de su vida laboral y de cuidar su salud.

 Se deben diseñar políticas específicas para los trabajadores de pymes que favorezcan el paso de trabajador a empleador.

 Hay que favorecer la integración de trabajadores con experiencia, en puestos de formación continua, formación profesional, prevención de riesgos laborales sobre todo de aquellos que procedan de trabajos penosos.



-  Hay que apoyar a los emprendedores maduros, con medidas fiscales y administrativas.
-  Son necesarias campañas de comunicación corporativas, dentro de las empresas, donde se incida en la importancia del trabajador de edad como fuente de experiencia y conocimiento.
-  Se sugiere la formación de grupos de trabajo de distintas edades, que pongan en valor las capacidades de todos.
-  Se pide la realización de campañas de sensibilización en los ámbitos formativos, escuelas, institutos, universidades donde se enseñe el valor de la experiencia, y del conocimiento que pueden aportar los mayores.
-  También sería conveniente sensibilizar al colectivo de mayores para que sean conscientes de sus derechos, así como de los deberes que tienen con la sociedad.
-  Hay que impulsar la creación y el uso de canales de expresión y medios de comunicación de los mayores donde emitan sus propios mensajes.
-  Es esencial fomentar el asociacionismo como instrumento de participación social.
-  Es necesario potenciar la voz de las entidades representativas de mayores: consejos, asociaciones, confederaciones, facilitándoles la posibilidad de crear eficaces equipos de comunicación para la emisión de sus mensajes.



## Buenas prácticas



### Promoción del asociacionismo

La agrupación y organización de personas mayores en búsqueda de objetivos comunes es uno de los ejes directores de UDP. Por eso, desde hace años y financiadas por el IMSERSO, se realizan en toda España y **campañas de expansión y promoción del asociacionismo**, donde los directivos y asociados de diferentes localidades acuden a otros pueblos para informar de las ventajas del programa de asociacionismo.

En 1977, 45 asociaciones de mayores, en representación de cerca de 20.000 jubilados de diferentes regiones españolas, decidieron unirse formando la confederación UDP.

En 2012, cuenta con más de 2.300 asociaciones y cerca de 1.500.000 asociados. Esta evolución ha sido posible gracias a las diferentes campañas de expansión y promoción del asociacionismo realizadas en los diferentes lugares donde trabaja la organización.



### La Red Digital de UDP

En 2007 se puso en marcha la **Red Digital UDP** que conecta el tejido asociativo de la organización en toda España. El programa fue sido subvencionado en la convocatoria 2007 del Plan Avanza del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

La interconexión facilita las comunicaciones entre las distintas asociaciones y con la organización central, agilizando los trámites y permitien-

do una mayor operatividad en cuantas acciones se pongan en marcha. Esto supone un cambio cualitativo que aporta una importante mejora en los procedimientos de actuación, particularmente en cuanto a comunicación se refiere.

Por otra parte, todas las asociaciones partícipes del programa se benefician de un canal de comunicación para difundir los programas y servicios que ofrece cada una de ellas a sus asociados, ya que disponen de una web propia donde colgar las informaciones que produzcan.

son gestionados por los mayores de las asociaciones, convirtiéndose así en los gestores de contenidos de sus propias páginas. Para ello se han realizado cursos de formación en todas las asociaciones en las que se ha implantado el programa.

Las federaciones y asociaciones de UDP disponen así de una herramienta que que les permite difundir sus actividades a un bajo coste económico de actualización y mantenimiento, al no tener que depender de empresas externas para la actualización de los contenidos.



## **La imagen de las Personas Mayores en los Medios de Comunicación de Masas**

Estudio sociológico de UDP en colaboración con la Fundación Caja Madrid que pretende conocer los procesos de conformación de la imagen social de las personas mayores que tienden a construir los medios de comunicación. Se buscaba conocer el proceso creativo del trabajo de los medios, analizar sus producciones, sus mensajes, estimular el debate en los propios medios y ver qué influencia tienen esos mensajes en la sociedad. El informe fue publicado y fue objeto de estudio y análisis en las asociaciones.



**Aportaciones**  
Por una sociedad para todas las edades

**docecausas**  
para 2012



## **Los medios de información propios de UDP**

La Revista de UDP se edita bimestralmente y distribuye 15.000 ejemplares por suscripción directa entre las asociaciones de toda España, Alemania, Francia, Suiza y Perú.

También se distribuye entre los responsables de política social de las administraciones, central, autonómica y locales, empresas del sector, medios de comunicación, en las ferias del sector y en los congresos y reuniones anuales de la organización.

La revista ofrece información de las actividades desarrolladas en las asociaciones de mayores tanto nacionales como regionales y locales, ofreciendo un espacio que sirve de escaparate de la actividad desarrollada por personas mayores en lugares de toda España, y sirve de estímulo a otras personas mayores que intervienen socialmente.

De esta manera los mayores disponen de un vehículo propio de información a la hora de emitir sus mensajes, y de un medio de dar a conocer la multitud de actividad desplegada desde sus diferentes ámbitos de actuación para el beneficio social.

Además, la organización dispone de una nueva página web, moderna, intuitiva y permanentemente actualizada, que ofrece información de interés y espacios de entretenimiento para los usuarios. En 2011 la web de UDP registró más de 300.000 visitas.

Por último, UDP envía periódicamente un boletín electrónico con noticias de la organización y otras de interés para las personas mayores y profesionales del sector.