

Matiak #100fluencers ikerketa eta adinari buruzko narratiba eraldatzeko #EzDiraAdinarenGauzak kanpaina aurkeztu ditu

- Aztertutako 1.200 albiste baino gehiago: # 100fluencers ikerketak agerian uzten du adinkeri mediatikoa normalizatuta dagoela eta gehienbat ikusezin bihurtzen, infantilizatzen edo zahartzaroa problematizatzen duela.
- Estereotipoak hausteko kanpaina bat: #EzDiraAdinarenGauzak bideoak, tresna digitalak eta adinkeriari gabeko irudi banku bat prestatu ditu iruditeria soziala eraldatzeko.
- Datu argigarriak: berrien % 52k adinekoak irudikatzen dituzte politiken hartzaile pasibo gisa; % 15ek soilik sustatzen dituzte kontakizun positiboak, eta irudien % 70ek bakarrik erakusten dituzte.

Donostia, 2025eko uztailak 4 – Matiak, **MatiaZaleak** ekimenaren bidez, jardunaldi bat ospatuko du ostiral honetan, uztailak 4, Donostian, **#100fluencers** azterlanaren emaitzak aurkezteko eta **#EzDiraAdinarenGauzak** sentsibilizazio kanpaina abiarazteko. Bi ekimenek estereotipoak desmuntatzea eta zahartzaroari buruzko begirada bidezkoagoa, inklusiboagoa eta pluralagoa sustatzea dute helburu.

Ikerketa aitzindaria: 1.200 albiste baino gehiago luparen azpian

#100fluencers: Komunikabide digitaletan zahartzearen estereotipoen azterketa **Matia Institutuko Politika eta Testuinguru Sozialen** arloak Estatuan inoiz egin ez den ikerketa baten emaitza da. Azterlanak 2023tik 2024ra bitartean argitaratutako **1.248 albiste digital** aztertzen ditu izaera desberdineko **79 hedabidetan** (orokorrak, lurraldekoak eta alternatiboak), metodologia misto bat aplikatuz, honako hauek konbinatzen dituenak:

- Titularren, testuen eta irudien **analisi kuantitatiboa**.
- Diskurtsoen eta irudikapenen **ebaluazio kualitatibo** kritikoa.
- **AA bidezko prozesamendu automatizatua**, eredu sinbolikoak, estereotipoak eta alborapenak identifikatzeko.

Ikerketa **Juan Albarrán** proiektuaren ikertzaile nagusiak aurkeztu du jardunaldian.

Bere aurkikuntzarik garrantzitsuenen artean:

- Berrien **%52k** ikuspegi **neutral-instituzionala** hartzen du, non adinekoak politika publikoen hartzaile pasibo gisa agertzen diren, ahots propiorik gabe.
- **%22k** indartu egiten du krisi soziosanitarioei, mendekotasunari edo isolamenduari lotutako ikuspegi **negatiboa**, eta zahartzaroaren irudi problematikoa sendotzen du.
- **%15ek** soilik sustatzen dituzte kontakizun **positiboak edo ahalduntzaileak**, adinekoak aktibo, sortzaile eta autonomo gisa erakusten dituztenak, nahiz eta askotan salbuespen gisa tratatu.
- Irudien **%70ek bakarrik** dauden adinekoak erretratatzeko, eta soilik **%20k** ematen die benetako protagonismo bisuala.
- **Aniztasun etnikoa** ia ez dago (kasuen % 7 eskas), eta **adineko emakumeak** bigarren mailako roletan, etxeko roletan edo rol pasiboetan agertu ohi dira.

Gainera, ikerketak **pieza guztien %11 ambiguoetat** identifikatzen ditu, mezu kontrajarriak nahasten dituztenak (adibidez, titular positiboak eta irudi paternalistak), zahartzeari buruzko egungo esparru narratiboen ezegonkortasuna agerian utziz.

Azterketa hori egiteko, Matiak **LURNOVA**ren lankidetzatza teknologikoa du, zeinak adimen artifiziala duten irudiak sortzen laguntzen baitu, kanpainako irudi bankua bezalako ekimenetarako.

Ikerketak ondorioztatzen du **adinkeria mediatikoa normalizatuta dagoela**, askotan modu sotilean: errepikatzen den horretan, aipatzen ez den horretan eta istorio bakoitza kokatzeko moduan. Horren aurrean, hedabideei, erakundeei eta profesionalei zuzendutako **gomendio praktikoa** sorta bat proposatzen du, adinekoekin komunikazio bidezkoagoa, pluralagoa eta errespetuzkoagoa eraikitzeke.

#EzDiraAdinarenGauzak: beste era batera begiratzeko, izendatzeko eta kontatzeko kanpaina

“Ahultzat jotzen gaituzte, bakardadean, desiorik gabe, erabakitzeko gaitasunik gabe... Adinekoen gauzak dira? Ez. Adinkeriaaren kontua da.”

Hemen kanpaina ikusi dezakezu:

www.nosoncosasdelaedad.eus

Baieztape horrekin abiatzen da #EzDiraAdinarenGauzak Matiak bultzatutako kanpaina, adinekoen buruzko estereotipo errotuenak zalantzan jartzea eta desaktibatzea helburu duena. Proposamena komunikatiboa ez ezik, kulturala ere bada: zahartzaroaz hitz egiteko modua aldatzea zahartzaroa nola bizi dugun eraldatzea ere bada.

Kanpaina premisa argi batetik abiatzen da: adinekoenganako aurreiritziak ez dira adinean oinarritzen, baizik eta ikusezin bihurtzen dituen, infantilizatzen dituen edo karikatura bihurtzen dituen eraikuntza sozial batean. Horren aurrean, ekimenak irudi plurala, aktiboa, desiragarria eta ahots propioa duena aldarrikatzen du.

Kanpainaren aurkezpena **Ainhua Arrillaga MatiaZaleak** elkarteko dinamizatzaileak egingo du.

Kanpainak lau ardatz nagusi ditu:

1. Estereotipoak desmuntatzeko ikus-entzunezkoak

Bi pieza nagusi osatzen dute kanpainaren ardatz narratiboa:

- **“Ez dira adinaren gauzak”**. Bideo horretan, adinekoek topikoak hausten dituzte beren esperientziatik abiatuta, eta izaten jarraitzeko, erabakitzen, gozatzen eta parte hartzen jarraitzeko eskubidea aldarrikatzen dute.
- **#100fluencers bideo-txostena**, dibulgazio-formatu bat, ikerketaren aurkikuntza nagusiak modu argian eta bisualean aurkezten dituen, hedabideek zahartzaroaren ikuspegi desitxuratuak nola eraikitzen eta erreproduzitzen dituzten azalduz.

Bi ikus-entzunezkoak **SHERNAN**ek sortu eta landu ditu, ikuspegi narratibo inklusibo eta zainduarekin.

2. Adinkeririk gabeko irudi-bankua

Irudiek garrantzia dutela jakinda, kanpainak doako eta eskubiderik gabeko irudi banku bat abiarazi du, adimen artifizialarekin eta **LURNOVA**ren laguntzarekin sortua, adinekoak **aniztasunetik, bizitasunetik eta egunerokotasunetik** irudikatzen dituen.

Banku hori eskuragarri dago hedabide, erakunde, irakasle eta herritar guztientzat. Irudi guztiak **AA**ekin sortuta daude, teknologia hori alborapenak aztertzeke ez ezik, hausteko ere erabiltzeko.

3. Tresna digital interaktiboak

Matiak **GPT** teknologian oinarritutako doako hiru tresna garatzen ditu, komunikazioan joera edadistak detektatzeko eta saihesteko:

- **Irudi hau edadista da?**
- **Nire testua edadista da?**
- **Edadista naiz jakin gabe?**

Tresna horien helburua **komunikazioko profesionalak, hezitzaileak, erakundeak eta herritarrak ahalduntzea da**, haien hizkuntza berrikusteko eta diskurtso bidezkoagoak eta inklusiboagoak eraikitzeke.

4. Adinkeriarik gabeko gizarte baterako narratiba kolektiboa

Baliabide teknikoetatik harago, kanpainak imajinario kolektiboa eraldatzea proposatzen du. Zahartzaroa egunerokotasunetik, afektibotasunetik, politikatik eta sormenetik ikusaraztearen aldeko apustua. Izan ere, **adinekoak ez dira talde homogenea, ezta urteek definitutakoa ere**, baizik eta beren istorioek, harremanek eta desioek definitutakoa.

Gonbidatu berezia: Vania de la Fuente-Núñezek *La Trampa de la Edad* aurkeztuko du

Ekitaldiaren une nagusietako bat **Vânia de la Fuente-Núñez doktorearen** liburu berriaren aurkezpena da, *La Trampa de la Edad* izenekoa. Lan honetan, egileak — komunikazioan, giza eskubideetan eta zahartzean aditua — adinkeriaren fenomenoan eta gure bizitzako esparru guztietan duen eraginean sakontzen du: osasunetik eta ongizateetik hasi eta aukerak eskuratzeraino, parte-hartze sozialera edo norberaren pertzepziora arte.

Ikuspegi zorrotz eta eskuragarriaren bidez, *La Trampa de la Edad*-ek gure zahartzeko eta zahartzea ikusteko modua baldintzatzen duten alde aurreko ideiak desmuntatzen ditu, edadismoak adinekoei zein gazteei nola eragiten dien eta diskurtsoetan, politika publikoetan eta eguneroko bizitzan nola erreproduzitzen den azalduz.

Matia Institutuko Politika eta Testuinguru Sozialen zuzendari **Elena del Barrioren** laguntza du aurkezpenak, eta liburuaren ardatz nagusiei, **#100fluencers** ikerketaren emaitzei eta adinkeriarik gabeko gizarte bat eraikitzeke erronka kolektiboei buruz hitz egiten du.

Adinkeriarik gabeko gizarte baterako aurrerapausoa

Jardunaldiak — publikoari irekia eta streaming bidez — kanpainaren protagonista nagusiak, gizarte eta komunikazio arloko profesionalak, erakundeetako ordezkariak eta komunikabideak biltzen

ditu. Ekimen bikoitz honekin, **Matiak bizitzako etapa guztien balioa aitortzen duen, aurreiritzirik gabeko eta zahartzaroari buruzko beste istorio batzuk kontatzeko gai den gizartearekiko konpromisoa berresten du.**

Matia y Matia Institutuari buruz

Matia irabazi asmorik gabeko fundazio pribatu bat da, interes orokorreko deklaratu, 140 urte baino gehiagoko esperientzia duena Gipuzkoan zerbitzu soziosanitarioak, etxez etxeak eta komunitarioak ematen. Patronatua hainbat eremu profesionaletako 9 pertsona nabarmenek osatzen dute, eta horiek modu independentean eta borondatez parte hartzen dute gobernantzan.

Gizarteari ekarpena egiteko bokazio argiarekin, Matian nabarmentzen da ezagutza eta berrikuntza etengabe bilatu, garatu eta aplikatu behar direla, baita gizartean zabaldu ere (I+G+b), **Matia Institutuaren** bidez, 2003. urtetik martxan dagoena. Zerbitzuak hainbat asistentzia-mailatan ematen dira, bai osasunaren arloan, bai egoitza-, komunitate- eta etxe-zerbitzuetan, eredu integral batean oinarrituta eta pertsona ardatz hartuta, autonomiaren, duintasunaren eta pertsonalizazioaren printzipioetan oinarrituta.

MatiaZaleak-i buruz

Matiazaleak-ek pertsonak, boluntariotzako erakundeak eta gizartearekin konprometitutako erakundeak konektatzen ditu, zahartzeari errespetutik, duintasunetik eta tratu onetik laguntzen dion gizarte batekin, Matiaaren helburua partekatuz:

“Pertsonen zahartze-prozesuan laguntzea, haien duintasuna bermatzeko, ezagutza, zerbitzu pertsonalizatuak eta beren autonomia modu iraunkorrean sustatzen duten giroak eta inguruneak sortuz.”

Ikuspegi horretatik, Matiazaleak programak bizitzaren etapa guztien balioa ikusarazten du, eta zahartzeari buruzko begirada soziala eraldatzen laguntzen du. Sentsibilizazio-, dibulgazio- eta lankidetzak ekintzen bidez, zainketen eta zahartzaroaren inguruko kultura-aldaketaren alde lan egiten duen sare askotariko eta aktibo bat antolatzen du.