



EL EDADISMO EN ESPAÑA

INFORME

 THE CODE **FIFTIERS** 

WWW.FIFTIERS.COM

Introducción

Las personas mayores de 50 años –a menudo denominadas “**fiftiers**” en ciertos ámbitos– constituyen un segmento cada vez más influyente de la sociedad. En España, este grupo supera los **20 millones de personas**, representando alrededor del **42% de la población**. Lejos de los estereotipos anticuados, los “fiftiers” de hoy desafían la idea de que cumplir 50 es sinónimo de vejez: “**50 son los nuevos 40**” en términos de estilo de vida. Disfrutan de mejor salud, mayor formación y una actitud vital más joven que generaciones previas. Gracias a ello, muchos prolongan su vida activa, emprenden nuevos proyectos personales y participan plenamente en la economía y la sociedad. Su **peso económico** es notable: en España, los hogares encabezados por personas de 50-65 años acumulan el **66% de la riqueza neta** del país, reflejo de la creciente “*economía plateada*” que aprovecha el poder adquisitivo de este colectivo.

Sin embargo, los mayores de 50 también afrontan **desafíos específicos**, acentuados en el contexto **post-COVID**. La pandemia de COVID-19 fue especialmente dura con este colectivo, no solo en términos de salud, sino también sociales y laborales. Las medidas de confinamiento **aislaron literalmente** a muchos mayores en sus hogares o residencias, intensificando problemas de **soledad** y dependencia. En el mercado laboral, la crisis económica derivada de la pandemia golpeó con fuerza a los profesionales senior, agravando el desempleo de larga duración entre mayores de 50. Al mismo tiempo, la recuperación económica ha puesto de relieve el papel esencial de estos profesionales: en 2024, los **trabajadores sénior impulsaron el 70% del empleo creado** en España, señal de que la experiencia y resiliencia de los mayores son activos clave para la reconstrucción post-COVID.

Este informe ofrece un **análisis multidimensional** –social, laboral, legal, cultural, mediático y de políticas públicas– enfocado en los mayores de 50 años en la España post-pandemia. Se examinan sus condiciones y contribuciones, así como las brechas y prejuicios que enfrentan, con base en fuentes actuales y datos recientes. El objetivo es proporcionar una visión integral de la situación de los “fiftiers” españoles tras el COVID-19, sin estudios de caso específicos pero con enfoque en tendencias generales. A continuación, se abordan cada una de estas dimensiones en detalle.

Dimensión social

Desde una perspectiva social, los mayores de 50 años viven realidades muy variadas en España. Por un lado, conforman una generación generalmente **activa y participativa**. Tras haber criado hijos (en muchos casos) y con frecuencia aún en edades laborales o de jubilación, muchos “fiftiers” reorientan su tiempo hacia la vida social, el ocio y proyectos personales. Una **gran proporción** lleva un estilo de vida dinámico, derribando el mito del adulto mayor pasivo: por ejemplo, **63% realiza ejercicio físico regularmente** y cuida su salud de forma proactiva. Asimismo, valoran las relaciones personales y actividades de ocio; es común ver a personas de 50, 60 o 70 años viajando, apuntándose a clubs culturales o de voluntariado, aprendiendo idiomas, practicando senderismo o baile, etc. Esta generación de mayores tiende a sentirse joven de espíritu: en encuestas

europeas, el **93% de las personas de 50-70 años dicen sentirse al menos 10 años más jóvenes** que su edad real. Con los hijos ya independientes y más tiempo libre, **dos tercios** de los españoles mayores de 60 afirman que ahora por fin disponen de tiempo para dedicarse a sus intereses personales. Todo ello ha fomentado entre los “fiftiers” un sentido de **auto-realización**: muchos aprovechan esta etapa para comenzar aficiones postergadas, viajar o incluso iniciar pequeños negocios o actividades que siempre desearon.

No obstante, existen también **retos sociales importantes** para este colectivo. Uno de ellos es el **riesgo de soledad y aislamiento** en la madurez. Los cambios demográficos y de estilo de vida han llevado a que un gran número de mayores viva solo: en España, **más de 2 millones de personas mayores de 65 años viven solas** (en su mayoría mujeres, dado que el 42% de las mujeres de más de 80 años viven solas, frente al 21% de los hombres). Vivir solo no siempre equivale a sentirse solo, pero la *soledad no deseada* es una realidad creciente que afecta especialmente a los mayores más vulnerables. Antes de la pandemia, se estimaba que **una de cada cinco** personas mayores que viven solas se sentía sola habitualmente. La llegada del COVID-19 agravó esta “**pandemia de la soledad**”: las estrictas cuarentenas y el distanciamiento social **encerraron en casa** a muchos mayores, privándoles del contacto familiar y comunitario. Para expertos como el director del Imsero, Luis Barriga, el **aislamiento ha sido “el peor efecto” de la pandemia** en nuestros mayores, causando daños emocionales difíciles de cuantificar. Servicios de asistencia y líneas telefónicas para mayores reportaron incrementos de hasta 20% en llamadas por ansiedad o tristeza durante 2020-21. En reconocimiento de este problema, las autoridades están desarrollando iniciativas como una **Estrategia Nacional contra la Soledad No Deseada**, para detectar y abordar situaciones de aislamiento mediante redes de apoyo vecinal, voluntariado intergeneracional, etc. En el ámbito local, muchas comunidades ya impulsan programas de acompañamiento a mayores, “telemigos”, talleres de socialización en centros cívicos y otras medidas para asegurar que ningún mayor se quede atrás en la vida social de la comunidad.

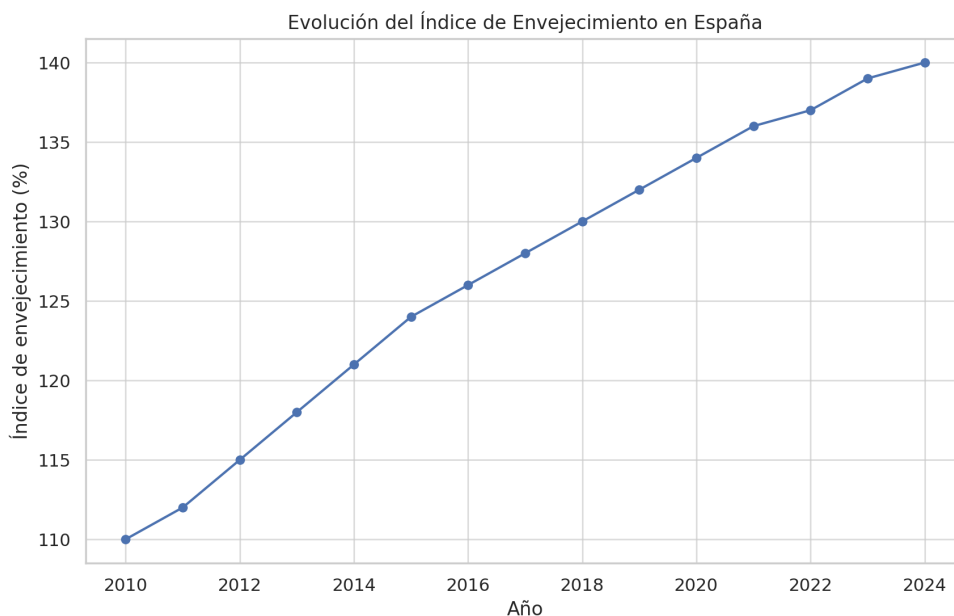
Otra cuestión social es el **rol familiar y comunitario** de los “fiftiers”. España tiene una tradición de fuertes lazos familiares, y muchas personas de 50 a 70 años siguen desempeñando roles esenciales: actúan como **cuidadores** de padres muy ancianos o apoyan con el cuidado de nietos (especialmente en familias donde ambos progenitores trabajan). Durante la pandemia, fueron frecuentes las historias de abuelos alejados de sus nietos por precaución sanitaria, lo que puso de relieve la importancia de estas conexiones intergeneracionales. Por otro lado, la tendencia a retrasar la maternidad/paternidad implica que muchos cincuentones de hoy aún tienen hijos adolescentes o jóvenes adultos en casa, prolongando su papel de cuidadores directos. Asimismo, en el entorno comunitario, los mayores de 50 aportan capital social: participan en asociaciones de barrio, actividades parroquiales, voluntariados (por ejemplo, Cruz Roja y ONG tienen programas específicos para voluntarios sénior). Su **contribución social** incluye experiencia, tiempo disponible y vocación de servicio, factores que enriquecen el tejido comunitario. Sin embargo, todavía persisten **estereotipos sociales** negativos hacia la vejez que pueden menoscabar su integración: ideas erróneas de que los mayores son “cascarrabias”, resistentes al cambio o una carga para la sociedad. Estas percepciones no solo son injustas, sino que pueden influir en la autoestima de los propios mayores (*autoedadismo*). Si una persona internaliza la idea de que “ya no vale” por tener más de

50, podría autoexcluirse de actividades o relaciones, alimentando un círculo de aislamiento. De ahí la importancia de fomentar una cultura que valore la **solidaridad intergeneracional** y respete a los mayores como miembros plenos y valiosos de la sociedad.

En resumen, en la dimensión social los “fiftiers” del siglo XXI en España presentan un perfil mucho más **activo, autónomo y conectado** que generaciones anteriores. Disfrutan de redes sociales (familiares y amigos), ocio y participación comunitaria, aunque deben enfrentarse a desafíos como la soledad en algunos casos y los prejuicios edadistas. La experiencia del COVID-19 subrayó tanto su **vulnerabilidad** (ante la soledad y la enfermedad) como su **resiliencia** (muchos aprendieron a usar tecnologías para mantener el contacto social, resistiendo emocionalmente el confinamiento). El aprendizaje colectivo de la pandemia ha sido que una sociedad inclusiva debe cuidar a sus mayores y aprovechar su experiencia; por ello, se están reforzando las iniciativas para que los mayores de 50 permanezcan **socialmente integrados**, acompañados y activos en sus comunidades, lo cual redundará en beneficios para todos.

Dimensión laboral

En el ámbito laboral, el colectivo de mayores de 50 años se encuentra en una situación ambivalente: por un lado, **cada vez representan una proporción mayor de la fuerza laboral**, pero por otro lado encaran obstáculos serios para mantenerse o reinsertarse en el empleo. España, al igual que el resto de Europa, está experimentando un mercado **envejecimiento de su fuerza de trabajo**. La edad media de los trabajadores españoles ha pasado de 39 años en 2007 a **43 años en la actualidad**, y se proyecta que en 2026 alcanzará los **50 años**. En consecuencia, prácticamente la **mitad** de todas las personas activas en España ya tiene **45 años o más**, y se prevé que para 2030 casi el **60%** de la población activa supere esa edad.



Este cambio estructural –una “tormenta perfecta” demográfica– implica que las empresas dispondrán de plantillas más envejecidas y menos jóvenes entrando al mercado laboral. De hecho, en 2024 los trabajadores senior fueron, junto con los más jóvenes, el grupo de mayor crecimiento en el empleo: de 468.000 puestos creados netos, **328.000 correspondieron a mayores de 50** (versus 104.000 a menores de 24). Los mayores de 50 ya suponen el **35% de la fuerza laboral** y aportaron el 70% del nuevo empleo ese año. En términos relativos, el subgrupo de 50-54 creció casi el doble del promedio nacional, y el de 65-69 aumentó un 12% gracias a que más personas prolongan su vida laboral. Detrás de estas cifras hay varias explicaciones: la principal es puramente demográfica (hay más personas en esas edades que antes), pero también indica que **más seniors permanecen activos**. Parte de ello se debe a las sucesivas reformas de pensiones que retrasan la jubilación (actualmente la edad legal está en 66-67 años) y a mejoras en salud que permiten trabajar más años. Además, **se está reconociendo lentamente el valor del talento senior**, las empresas empiezan a darse cuenta de que **no serán sostenibles si prescinden de los mayores**, pues estos constituyen el grupo de talento más numeroso. La experiencia, la fiabilidad y la capacidad de los trabajadores veteranos para mentorizar a jóvenes son activos para las organizaciones, especialmente en un contexto de escasez de mano de obra cualificada. Algunos indicadores apoyan esta visión: muchos empleadores valoran más en los mayores la **experiencia y autonomía** que aportan, por encima de los empleados jóvenes.

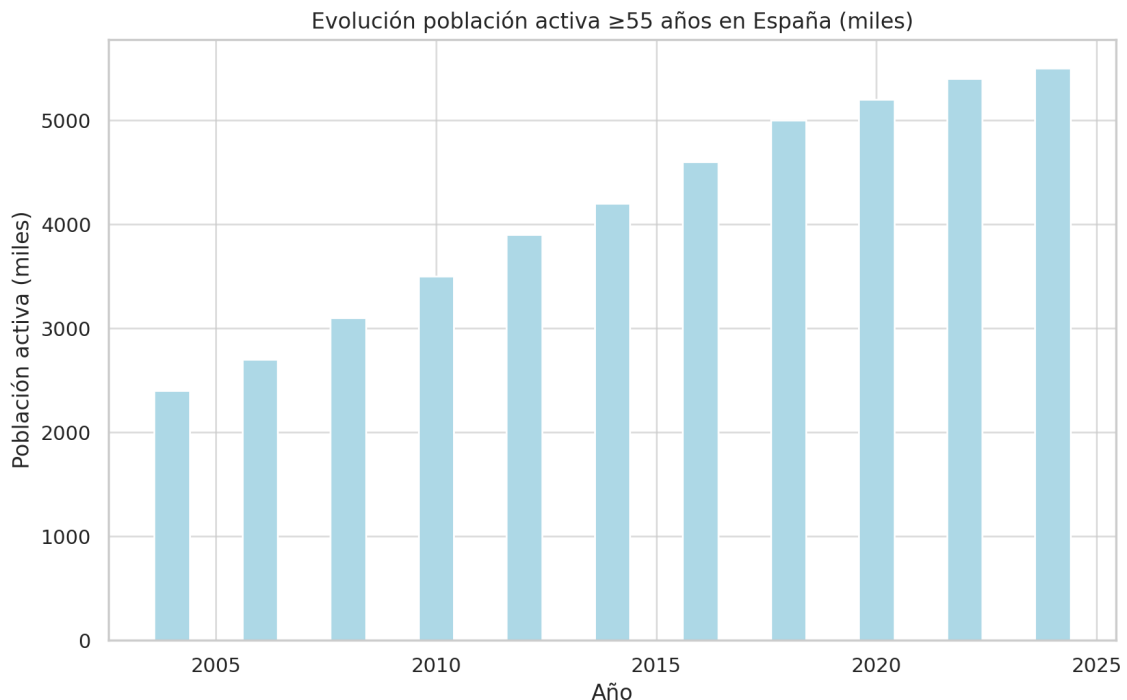
Pero a pesar de estas tendencias positivas, el colectivo de más de 50 años enfrenta **graves dificultades en el mercado de trabajo**, sobre todo en situación de desempleo o búsqueda de empleo. La **discriminación por edad** (*edadismo laboral*) sigue estando muy extendida, aunque sea de forma tácita. Si bien la ley española (Estatuto de los Trabajadores, art. 17.1) **prohíbe la discriminación por edad en el empleo**, en la práctica son frecuentes las **barreras** tanto para mantener como para conseguir un trabajo a partir de cierta edad. En casos de **reestructuraciones y despidos colectivos**, los trabajadores mayores suelen ser los primeros en salir: por ejemplo, entre los empleados sujetos a procesos de recolocación tras EREs, aproximadamente **46% tienen más de 50 años**, indicando que las empresas tienden a incluir desproporcionadamente a seniors en estos recortes. Detrás de ello suele estar el criterio económico (los empleados veteranos acumulan mayores sueldos y antigüedad, y las empresas buscan recortar costes). Una vez fuera, la **reincorporación laboral** se vuelve complicada: cuando un trabajador mayor pierde su empleo a pocos años de la jubilación, sus probabilidades de encontrar otro puesto **disminuyen notablemente**. A nivel de **contratación**, las actitudes empresariales también son preocupantes. Encuestas recientes revelan que en España **el 83% de los gerentes de RRHH no contrató a nadie mayor de 55 años** en el último año, y **el 40% admite descartar automáticamente** los CV de candidatos mayores de 55. Además, **más de la mitad (51,7%) de las empresas** reconocen obstáculos para integrar a personas mayores de 45 en sus plantillas. En consecuencia, los desempleados senior sufren más **paro de larga duración**: actualmente hay unos **533.000 desempleados mayores de 55** (4º trimestre 2023), de los cuales el **59%** lleva más de un año en paro. El número de parados mayores de 50 **se ha duplicado en la última década**, rondando el millón de personas ya antes de la crisis del COVID-19. Estos datos evidencian que, si bien cada vez más seniors siguen trabajando, **quienes caen en el desempleo enfrentan un riesgo alto de exclusión laboral**.

¿Por qué ocurre esta **marginación laboral de los mayores**? Diversos factores contribuyen a ello, algunos reales y otros basados en percepciones o estereotipos:

- *Obsolescencia de habilidades y brecha digital*: La acelerada transformación tecnológica penaliza a muchos trabajadores senior que no tuvieron oportunidad de formarse en competencias digitales. Solo **35% de los españoles de 55-74 años posee competencias digitales básicas**, frente al 80% de los jóvenes 16-24. Esta brecha genera la percepción de que los mayores “*no saben adaptarse*” a las nuevas herramientas, por lo que algunas empresas dudan en contratarlos. Durante la pandemia, muchos trabajadores mayores tuvieron que **hacer un esfuerzo extraordinario de aprendizaje** para manejar videoconferencias, sistemas remotos, comercio electrónico, etc., lo que demostró su capacidad de adaptación cuando se les brinda apoyo. Sin embargo, la tendencia generalizada de los empleadores ha sido considerar que la edad limita la capacidad de aprender tecnología, en lugar de invertir en formarlos.
- *Prejuicios sobre su flexibilidad y rendimiento*: Persiste el estereotipo de que, a mayor edad, menor creatividad, menos productividad y más resistencia al cambio. Ciertos empleadores temen que un profesional de 55 años “no encaje” en equipos jóvenes o tenga menos energía para puestos exigentes. No obstante, estudios contradicen esta visión: muchos trabajadores mayores aportan **habilidades interpersonales, experiencia y estabilidad emocional** superiores a las de jóvenes. Asimismo, durante el experimento masivo de teletrabajo en 2020, **los trabajadores mayores obligados a teletrabajar mostraron más resiliencia** en salud, bienestar e incluso atención al trabajo que sus colegas jóvenes, desmintiendo la idea de que no pueden adaptarse a nuevas modalidades.
- *Costes laborales y salariales*: Otro freno práctico es económico. Los trabajadores de más edad suelen tener salarios más elevados (por antigüedad, categoría) y mayores derechos adquiridos. En épocas de crisis, las empresas a veces *prescinden de seniors por costosos*, reemplazándolos por jóvenes más baratos. A menudo se cita el **mayor salario de los seniors** como obstáculo para su contratación. Este factor fue muy evidente en los ajustes de plantilla tras la crisis financiera de 2008 y nuevamente con el COVID-19, cuando se incentivaron jubilaciones. Aunque reducir costes en el corto plazo puede tentar a la empresa, a la larga **perder talento experimentado** puede restar competitividad. Organizaciones avanzadas están explorando esquemas para retener a sus veteranos con fórmulas flexibles de sueldo y jornada, en vez de una costosa rotación generacional.
- *Motivaciones personales y salud*: En algunos casos, son los propios trabajadores mayores quienes deciden retirarse antes por desgaste físico o mental. Es cierto que **las condiciones de salud** pueden influir: personas con problemas de salud es más probable que opten por jubilación anticipada o reducción de jornada. También obligaciones familiares (ej. cuidar a cónyuge enfermo o nietos) llevan a algunos a dejar el empleo antes de tiempo. Pero cabe señalar que la generación actual de 50-60 años goza, en promedio, de **mejor salud y vitalidad** que generaciones pasadas, lo que favorece carreras profesionales más largas. Muchos quieren seguir activos mientras puedan. De hecho, en España un 72% de los mayores de 60 expresa su deseo de “**seguir siendo aún más activo**” y emprender

proyectos pese a la edad. Esto indica que la motivación intrínseca no falta; lo que falta son oportunidades y entornos adaptados para que continúen trabajando.

En este panorama, el **COVID-19 marcó un punto de inflexión**. Inicialmente, la crisis destruyó cientos de miles de empleos senior: se estimó que unos **1,2 millones de trabajadores** en ERTE (suspensión temporal) acabarían perdiendo su empleo, con dificultades añadidas para reenganchar a mayores de 50. Sin ofertas de empleo y con las contrataciones congeladas en 2020, muchos profesionales senior agotaron sus prestaciones de paro sin ver salida. Antes de la pandemia, ya casi **un millón de personas >50** buscaba trabajo en España; tras ella, la situación se volvió crítica, con decenas de miles más en riesgo de **desempleo crónico**. Sin embargo, a medida que la economía repuntó en 2021-2022, los mayores de 50 han vuelto a encontrar huecos en el mercado laboral, e incluso han tirado del empleo en 2024 como vimos. Esta recuperación se debe en parte a la **bonanza económica reciente** (que genera empleo para todos) y en parte al propio **envejecimiento de la población activa** (muchos nuevos empleos son ocupados por gente que simplemente *ya está* en ese grupo de edad). También puede indicar un cambio de mentalidad incipiente: empresas y administraciones empiezan a impulsar **plantillas intergeneracionales**, reconociendo las ventajas de combinar juventud y experiencia. Por ejemplo, se habla más de *mentoring inverso* (jóvenes enseñando tecnología a seniors y seniors aportando know-how a jóvenes) como práctica enriquecedora.



Un fenómeno destacable en la era post-COVID es la **reinventación profesional** de muchos mayores de 50. Ante las barreras para ser contratados por cuenta ajena, un número creciente de seniors opta por el **autoempleo o el emprendimiento**. España se ha convertido en uno de los países europeos con mayor tasa de emprendimiento senior.

Según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM), el **14% de la actividad emprendedora reciente en España** (2019-2022) corresponde a personas de **55-64 años**. Esto significa que casi 1 de cada 7 nuevos emprendedores es un senior. Aunque la proporción aún es menor que la de emprendedores jóvenes, los proyectos liderados por mayores tienden a ser **más sólidos y exitosos: 35% de las empresas que logran consolidarse** en el mercado fueron iniciadas por los emprendedores más mayores (55-64), un porcentaje superior al de empresas consolidadas iniciadas por emprendedores de 45-54 (30%) o de 35-44 (26%). En otras palabras, las startups de seniors sobreviven más. Esto se atribuye a varias ventajas que aportan los emprendedores veteranos: **experiencia profesional y vital, red de contactos, conocimiento sectorial y mayor facilidad de financiarse** (ahorros propios o patrimonio). Varios perfiles de emprendedor senior se observan en España: profesionales cualificados que tras ser **despedidos o discriminados** deciden montar negocio por necesidad (p. ej. consultoría, comercio); ex-directivos prejubilados con buena posición económica que eligen emprender para “hacer lo que les gusta” e invertir su talento ocioso; y en menor medida, empleados en activo que detectan una oportunidad de negocio y la persiguen renunciando a su empleo corporativo.

A nivel de empresas, aún queda mucho por hacer en **gestión de la edad**. La mayoría de las empresas españolas carece de políticas proactivas hacia sus empleados senior. El **74,7% de las empresas** no ha tomado **ninguna medida** respecto al talento mayor, y el 70% carece de programas específicos para transmitir conocimiento intergeneracional o adaptar puestos a trabajadores veteranos. Esto refleja que la **gestión estratégica del envejecimiento de la plantilla es una asignatura pendiente** en España. En contraste, en otros países y compañías comienza a hablarse de *diversidad generacional* como un pilar de recursos humanos, al igual que la diversidad de género o cultural. Algunas buenas prácticas incluyen: evaluación de puestos para acomodar condiciones físicas (ergonomía para trabajadores de más edad), opciones de **reducción de jornada** progresiva antes de la jubilación, reasignación a roles de mentoría, formación continua, y eliminación de sesgos edadistas en contratación y promoción. En España existen **iniciativas aisladas** en esta dirección a nivel sectorial o empresarial –por ejemplo, convenios colectivos que priorizan a trabajadores mayores para elegir turnos o que permiten a mayores de 55 solicitar reducción de jornada– pero no son la norma. Casi el **20%** de los seniors que no han hecho cursos digitales en los últimos años, afirma que **le habría gustado recibir formación**, lo que indica una **actitud abierta al aprendizaje**. Facilitar esa formación podría tener retornos directos: la misma encuesta identificó la brecha digital, las percepciones adaptativas y el salario como los tres grandes hándicaps para contratar seniors. **Cerrar esas brechas** mediante capacitación tecnológica, sensibilización contra prejuicios y esquemas salariales flexibles ayudaría a retener a más mayores en el empleo.

En suma, la **dimensión laboral** de los mayores de 50 en España está marcada por contrastes. Por un lado, su **participación laboral es creciente** y su aporte de experiencia se vuelve crucial en una población activa envejecida. Muchos desean y pueden **trabajar más allá de los 65**, apoyados por reformas que lo permiten e incentivan. Por otro lado, la **discriminación por edad persiste** en despidos y contrataciones, provocando que miles de seniors caigan en la inactividad forzada pese a estar en plena capacidad. Afrontar estos retos exigirá un cambio de enfoque: valorar el talento senior no como un “problema” sino como una **oportunidad**. Expertos en RRHH señalan que los profesionales mayores

poseen **resiliencia y temple para manejar crisis** (algo demostrado tras la pandemia), además de un sentido de lealtad y servicio que puede enriquecer las plantillas. Aprovechar estas cualidades requerirá combatir el edadismo laboral con medidas concretas: políticas de contratación inclusivas (cv ciegos a la edad, cuotas o bonificaciones), programas de **reciclaje profesional** (reskilling) adaptados a mayores, y entornos de trabajo flexibles que prolonguen carreras (teletrabajo parcial, horarios adaptados, roles de asesor). De esta forma, España podrá beneficiarse plenamente de la **experiencia y productividad** de los “fiftiers” en lugar de desaprovecharla.

Dimensión legal

En el plano legal y normativo, los derechos y políticas relacionados con las personas mayores de 50 años han cobrado creciente relevancia a medida que la población envejece. Varios **marcos legales** inciden en su participación laboral, su protección contra la discriminación y su acceso a pensiones o beneficios sociales. A continuación, se resumen los más destacados en el contexto español post-COVID.

Protección contra la discriminación por edad: Como ya se mencionó, la legislación española **prohíbe expresamente la discriminación por razón de edad** en las relaciones laborales. El artículo 17.1 del Estatuto de los Trabajadores establece que no podrán producirse discriminaciones en la contratación, formación, promoción, etc., por motivos de edad, entre otros criterios protegidos. Esta prohibición está alineada con la Directiva 2000/78/CE de la UE, que desde hace más de dos décadas obliga a los Estados miembros a prevenir la discriminación laboral por edad. Sin embargo, **el desafío está en la aplicación efectiva** de estas normas. En la práctica, muchas formas de discriminación edadista son difíciles de probar (por ejemplo, cuando un candidato senior es descartado en un proceso de selección sin explicitar el motivo). España no cuenta con una ley específica de “derechos de los trabajadores mayores” más allá de la cláusula general antidiscriminación, y los litigios por edad son escasos. Algunos convenios colectivos incluyen cláusulas de no discriminación y hasta **programas de jubilación forzosa** bajo ciertas condiciones (desde 2022 se volvió a permitir que convenios pacten la jubilación obligatoria a la edad legal, siempre que el trabajador tenga derecho al 100% de la pensión). Estas jubilaciones forzosas buscan rejuvenecer plantillas, pero son criticadas por contravenir el principio de no discriminar por edad. Es un **debate legal** abierto: cómo equilibrar la necesidad de relevo generacional con el derecho del individuo a decidir cuándo retirarse. De momento, la normativa española permite esa figura con matices, y algunas empresas la aplican para mayores de 68 o 70 años en determinados puestos.

En otros países, hay novedades legales que España observa con interés. Por ejemplo, en **Países Bajos** en 2023 se aprobó una ley que exige a empresas de 25+ empleados implementar medidas por escrito para garantizar la igualdad de oportunidades en contratación, incluyendo evitar sesgos por edad. Esta ley obliga a documentar los procesos de selección neutrales y afecta también a agencias de empleo. Es un enfoque proactivo para vigilar que no haya filtros edadistas. España aún no tiene requisitos similares de transparencia en la selección, pero esta experiencia podría ser referente. A nivel de la UE, se promueve el **envejecimiento activo** como derecho: el Pilar Europeo

de Derechos Sociales (2017) y el Acuerdo Marco Europeo sobre Envejecimiento Activo (2017) llaman a adaptar los entornos laborales a las necesidades de los mayores y fomentar la solidaridad intergeneracional en el trabajo. Estas directrices inspiran políticas nacionales, aunque su implementación depende de cada país.

Legislación de pensiones y jubilación: Uno de los ámbitos legales más relevantes para los 50+ es el de la **Seguridad Social y las pensiones**. En la última década, España ha realizado importantes reformas para asegurar la sostenibilidad del sistema de pensiones ante el envejecimiento poblacional, lo que ha impactado directamente en la vida laboral de los seniors. La **Ley 27/2011** introdujo un **aumento gradual de la edad legal de jubilación** de 65 a 67 años (a razón de unos meses por año hasta 2027) y elevó el número de años de cotización necesarios para el 100% de la pensión. Además, abrió la puerta a compatibilizar parcialmente empleo y pensión: la figura de la **jubilación activa** permite a un pensionista cobrar el 50% de su pensión mientras trabaja a tiempo parcial o completo, incentivando a que siga en activo más allá de la edad legal. Posteriormente, la **Ley 21/2021** (derivada del Pacto de Toledo) revisó las jubilaciones anticipadas voluntarias, endureciendo ligeramente los coeficientes reductores para desalentar retiros prematuros, a la vez que estableció **incentivos para prolongar la vida activa**: por ejemplo, un bonus por cada año trabajado tras la edad de jubilación (un porcentaje adicional en la pensión o un pago único). En 2023, un nuevo acuerdo social dio lugar al **Real Decreto-ley 2/2023**, que introdujo mejoras en la cuantía de las pensiones mínimas y de las pensiones demoradas, reforzando la contributividad del sistema. En suma, la tendencia normativa ha sido **flexibilizar y escalonar la transición a la jubilación**.

Hoy, un trabajador tiene varias opciones legales al llegar a los 60 y tantos años: puede optar por **jubilación parcial** (reduciendo su jornada un 50-75% a cambio de percibir parte de la pensión), puede seguir trabajando hasta los 67 para maximizar su prestación, o incluso más allá recibiendo incentivos. Por ejemplo, en Suecia y Alemania se bonifica con porcentajes significativos la pensión por cada año adicional trabajado tras la edad legal. España también bonifica, aunque de forma más modesta. En cualquier caso, el marco legal actual **anima a los seniors a permanecer en activo** voluntariamente. Otra figura legal es la **prejubilación** (acuerdo privado entre empresa y empleado mayor para salir algunos años antes con indemnización y convenio especial de cotización hasta la jubilación). Esta práctica fue muy común tras la crisis de 2008 para recortar plantillas, y aunque no está regulada como tal (se rige por la libertad contractual), el Estado trata de encarecerla o limitarla, ya que supone perder talento y cargar costos al sistema público. Las últimas reformas penalizan la jubilación anticipada voluntaria (con descuentos más fuertes cuanto antes se produzca), precisamente para desalentar jubilaciones a los 61-63 salvo casos forzosos.

Políticas activas de empleo e incentivos: En el terreno legal-laboral, existen también **incentivos públicos** para fomentar la contratación o retención de trabajadores mayores. El Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) y las comunidades autónomas ofrecen **bonificaciones a la contratación indefinida** de ciertos colectivos, incluyendo parados de larga duración mayores de cierta edad. Por ejemplo, actualmente en España las empresas pueden obtener **bonificaciones en las cotizaciones** si contratan indefinidamente a desempleados mayores de 45 años (especialmente si llevan más de 12

meses en paro). Asimismo, se ha previsto un apoyo reforzado para la contratación de **mujeres mayores de 45 años en sectores donde estén infrarrepresentadas**, reconociendo la doble barrera que enfrentan (edad y género). Estas subvenciones buscan reducir el *coste salarial* para el empleador durante uno o dos años, haciéndole más atractivo dar una oportunidad a un senior. Sin embargo, su eficacia ha sido limitada hasta ahora, posiblemente porque no atacan los prejuicios culturales subyacentes. Adicionalmente, existe el llamado “**subsidio para mayores de 52 años**”, una prestación asistencial que garantiza ingresos (80% IPREM) y cotización para jubilación a los parados de larga duración de 52+ hasta que alcancen la edad de retiro. Esta medida, restablecida en 2019, es un colchón importante para quienes agotaron el paro a esa edad, evitando que caigan en pobreza extrema y permitiendo que sigan sumando cotizaciones. No es exactamente un incentivo al empleo, pero sí una red de seguridad legal para ese colectivo.

Otra política activa crucial es la **formación y recualificación**. La ley de formación profesional para el empleo contempla programas específicos para **trabajadores mayores** desempleados, financiados con fondos públicos y europeos (FSE). De hecho, **mejorar las competencias de los trabajadores seniors** es una prioridad común en la UE. En España, el reciente **Plan Nacional de Competencias Digitales** (parte de la Agenda España Digital 2025) pone especial énfasis en **capacitar digitalmente a colectivos en riesgo de brecha digital como los trabajadores mayores**. Este plan incluye iniciativas para ofrecer formación en TIC tanto a empleados públicos próximos a jubilarse (para que actualicen sus habilidades) como a parados mayores con bajo nivel digital. También a nivel sectorial se están creando proyectos: por ejemplo, convenios en sectores industriales contemplan reciclar a operarios veteranos en nuevas tecnologías, o programas como “Generación SAVIA” (impulsado por Fundación Endesa) brindan cursos gratuitos en ofimática, marketing digital, etc. a profesionales +50. Legalmente, se ha reforzado el derecho a la formación continua independientemente de la edad: la **Ley de Formación Profesional de 2022** habla de la formación a lo largo de la vida con itinerarios flexibles, y muchas universidades han abierto aulas sénior para mayores de 50 o 60 que quieran cursar estudios universitarios no por título, sino por aprendizaje personal. Todo ello forma parte del cambio normativo hacia un paradigma de “**envejecimiento activo**” y aprendizaje permanente.

Salud, cuidados y dependencia: Aunque nuestro foco es sobre todo socio-laboral, cabe mencionar aspectos legales de bienestar que afectan a los mayores de 50 en adelante. La pandemia de COVID-19 evidenció la necesidad de **reforzar el sistema de cuidados de larga duración** (residencias, atención domiciliaria) y la atención sanitaria para mayores. Legalmente, España cuenta con la Ley de Dependencia (2006) que garantiza derechos a servicios o prestaciones económicas a las personas dependientes, muchas de las cuales son mayores. Tras la crisis sanitaria, se incrementó el presupuesto para dependencia y se aprobaron estándares más estrictos de calidad en residencias. Asimismo, se está debatiendo a nivel parlamentario una futura **Ley contra la Soledad No Deseada**, que reconocería este fenómeno como cuestión de salud pública e impulsaría actuaciones coordinadas (ya el IMSERSO está trabajando en una estrategia al respecto). En sanidad, la Estrategia de Salud para Personas Mayores del Ministerio de Sanidad propone medidas

específicas para el cribado de fragilidad a partir de 50-55 años, prevención de enfermedades neurodegenerativas, etc., aunque no son leyes sino planes sanitarios.

En resumen, el **marco legal español** se está adaptando progresivamente a la realidad de una población que envejece. Las reformas en pensiones **buscan prolongar la vida laboral** y hacer sostenible el sistema, a la vez que las leyes de empleo y no discriminación intentan garantizar la **igualdad de oportunidades** para los mayores en el trabajo. No obstante, existe una brecha entre la norma y la realidad: la discriminación por edad sigue presente pese a su prohibición formal, y muchos seniors desconocen o no pueden ejercer plenamente derechos como la formación continua. Hacen falta probablemente **nuevas acciones legales** o reglamentarias más osadas –como imponer planes de diversidad etaria en grandes empresas, o endurecer sanciones por despidos discriminatorios– si se quiere acelerar el cambio. En el horizonte, España deberá también abordar la sostenibilidad del **sistema de pensiones** con la jubilación masiva de la generación del baby boom a finales de esta década. Es un equilibrio complejo: prolongar carreras laborales sin perjudicar a los jóvenes, proteger a los mayores sin desalentar la contratación. Las leyes por sí solas no cambian mentalidades, pero sientan las bases para que los “fiftiers” tengan un entorno laboral y social más **justo e inclusivo** en esta nueva etapa histórica.

Dimensión cultural

La dimensión cultural explora cómo la sociedad percibe, retrata y valora a las personas mayores de 50 años, así como los cambios de actitudes que se están produciendo respecto a la madurez. En las últimas décadas hemos sido testigos de una **auténtica revolución cultural de la edad**: lo que antes se consideraba “ser viejo” a los 50, hoy dista mucho de las vivencias reales de los cincuentones y sexagenarios. Los “fiftiers” actuales están redefiniendo la imagen de la madurez y desmontando muchos mitos asociados tradicionalmente al envejecimiento.

Un rasgo esencial es el surgimiento de una **identidad colectiva positiva** entre los mayores de 50. Algunos se autodenominan con orgullo “*fiftiers*” o “*silvers*”, términos que celebran esta etapa vital en lugar de estigmatizarla. Como señala un informe sociológico reciente, este grupo se caracteriza por **mentalidad joven y abierta**, alta formación y dominio tecnológico, rompiendo con el estereotipo del “abuelo” desconectado. Llegar a los 50 o 60 ya no implica asumir un rol pasivo; **no es el comienzo del ocaso sino a menudo el inicio de una nueva etapa de realización personal**. De hecho, es común escuchar frases como “*la vida comienza a los 50*”, reflejadas incluso en campañas publicitarias exitosas (por ejemplo, “*Bendita edad*” de CaixaBank, donde personas de ~60 afirman “he elegido la edad de empezar” proyectos, en vez de la edad de parar). Culturalmente, se ha retrasado la frontera de lo que se considera “**vejez**”: hoy pocas personas de 50 se sienten “mayores” en el sentido tradicional, y muchas de 70 se perciben todavía en plena forma. Esta **autopercepción** rejuvenecida tiene base real: gracias a mejoras sanitarias y de estilo de vida, a los 50 o 60 se conserva una salud y energía impensables generaciones atrás. La **esperanza de vida saludable** ha aumentado, permitiendo que los mayores participen en actividades físicas, viajen y se mantengan independientes por más años.

Además, los “fiftiers” de hoy suelen tener una **mentalidad de crecimiento y aprendizaje** continuo. Lejos de pensar “ya no estoy para eso”, muestran curiosidad y deseos de explorar cosas nuevas. Una encuesta europea encontró que **68% de las personas 50-70** disfruta probando cosas diferentes y variando de actividades. Muchos aprenden a usar nuevas apps, toman cursos universitarios para seniors, o incluso se aventuran con hobbies totalmente nuevos (desde tocar un instrumento hasta hacer senderismo de larga distancia). Psicológicamente, esta generación exhibe un notable **optimismo hacia el futuro** y sensación de control: en España, un 68% de los mayores se siente *financieramente estable* y con libertad para perseguir sus pasiones. Claro que este panorama no aplica por igual a todos –hay brechas educativas y socioeconómicas–, pero en conjunto predomina una actitud de que **quedan muchos años por vivir plenamente**, y no de mero retiro. Como resultado, la cultura popular empieza a glorificar figuras de mayores activos: por ejemplo, celebrities de más de 50 que siguen vigentes (actores, presentadores) o influencers senior en redes sociales que muestran sus estilos de vida dinámicos.

No obstante, persisten **estereotipos culturales negativos** que deben combatirse. Uno muy arraigado es asociar a la gente mayor con adjetivos como “*chapado a la antigua*”, “*poco productivo*” o “*resistente al cambio*”. En la publicidad y medios tradicionales, durante mucho tiempo, los personajes mayores aparecían encasillados en roles simplistas: el abuelo entrañable pero despistado, la ama de casa jubilada preocupada solo de sus nietos, etc. Estos **tópicos de la vejez** pintan a los mayores como menos activos, más hogareños y apegados a tradiciones. Si bien ser familiar o tradicional no es algo negativo en sí, la **falta de diversidad de roles** limita cómo la sociedad imagina a los seniors. Un estudio encontró que, en los anuncios españoles, a los mayores de 50 casi siempre se les representa en papeles de padre/madre o abuelo/abuela, y rara vez se les ve “*utilizando las últimas tecnologías, practicando deporte o viajando*”. Esta representación sesgada refuerza en la cultura la idea de que esas actividades son terreno de jóvenes, cuando en la realidad millones de personas de 50-70 las disfrutan a diario.

Otro estereotipo pernicioso es considerar el **envejecimiento como algo únicamente negativo e inevitable**. Culturalmente hemos temido a la vejez asociándola con declive, enfermedad y soledad. Si bien es cierto que la edad conlleva ciertos achaques, el peligro está en convertir esa percepción en una profecía autocumplida. Es decir, si la sociedad transmite que al pasar los 50 uno “ya no sirve” o “debe echarse a un lado”, muchas personas pueden interiorizar esa creencia y *autoexcluirse* de oportunidades, cayendo en inactividad y aislamiento. Esta **auto-estereotipia** es algo que especialistas en gerontología y coaching tratan de evitar, fomentando en cambio la *autoestima senior*. De hecho, cada vez surgen más talleres y charlas de *empoderamiento para seniors*, donde se les anima a valorarse, a no esconder su edad sino enorgullecerse de sus logros vitales, y a cultivar proyectos con significado en la madurez.

Afortunadamente, la cultura popular va dando señales de cambio. Varios ejemplos ilustran cómo **se están rompiendo estereotipos**:

- En publicidad y moda, algunas marcas han comenzado a **incluir modelos o protagonistas de más de 50 años** en sus campañas, presentándolos de forma aspiracional. Por ejemplo, la marca de cosméticos Clarins en 2020 eligió como

imagen a **Claudia María Ferreira, de 60 años, modelo y esgrimista profesional**, para demostrar que la edad no es obstáculo para seguir aprendiendo y enfrentando retos. Del mismo modo, en España la marca Chocolates Valor lanzó un anuncio con el actor **José Coronado (65 años)** mostrándolo activo y atractivo en un set de rodaje, rompiendo con la idea de que uno deja de cuidarse o de estar “en su mejor momento” al llegar a cierta edad.

- El fenómeno de los “**silver influencers**” o influenciadores mayores en redes está ganando terreno. En España hay ejemplos, como *Samantha Hudson (65+)*, una youtuber que comparte consejos de vida y supera en seguidores a muchos creadores jóvenes. Estas figuras mediáticas ayudan a normalizar que se puede ser **mayor y estar de moda**, ser creativo, divertido y relevante en la cultura digital.
- **Representación en cine y televisión:** Tradicionalmente, los personajes de más de 50 en cine/TV eran secundarios (abuelos, jefes a punto de jubilarse, etc.). Pero en años recientes han surgido series y programas que retratan protagonistas seniors con matices. Por ejemplo, la serie española “*Merlí: Sapere Aude*” incluyó a una mujer de ~60 volviendo a la universidad, o realities como “*MasterChef Senior*” dan visibilidad a talentos culinarios de la tercera edad. Además, muchos actores veteranos (ej. *José Sacristán, Ángela Molina*) siguen encabezando proyectos, mostrando que la edad puede sumar atractivo cultural.

Pese a estas mejoras, es cierto que **los mayores de 50 aún están infrarrepresentados en la cultura mainstream**. Un estudio de Sra. Rushmore reveló que en la publicidad española solo **11% de los personajes** que aparecen tienen más de 50 años, a pesar de que este grupo constituye casi el 40% de la población. La visibilidad es menor cuanto mayor es el rango de edad: personajes de más de 65 años eran solo 3% en los anuncios analizados. Y cuando aparecen, suelen encarnar los roles estereotípicos mencionados (familiares, jubilados pasivos). Esto indica que la **industria del marketing** aún está obsesionada con la juventud, muchas veces por la sencilla razón de que *los propios publicistas son jóvenes*: en EE.UU., por ejemplo, solo 6,2% de los profesionales publicitarios supera los 50, lo que implica que quienes crean los mensajes no comprenden bien al consumidor senior. Paradójicamente, los baby boomers tienen enorme poder de compra, pero la publicidad los ignora o les habla con condescendencia, perdiendo así eficacia. No es de extrañar que encuestas muestren que apenas **1 de cada 5 mayores de 50 se siente representado** en los medios o la publicidad que consume. Esta falta de identificación puede llevar a la desconexión: muchos seniors se refugian en medios tradicionales (televisión, radio, prensa) donde encuentran contenidos más afines, aunque incluso en televisión la programación específica para mayores es escasa.

Desde la perspectiva cultural, un desafío importante es **desterrar el edadismo** igual que se ha combatido el sexismo o el racismo. El edadismo cultural se manifiesta en bromas comunes (“se te cayó el carnet de identidad”, “estás chocho”), en infravalorar las opiniones de alguien mayor (“son ideas antiguas”) o en asumir que cierta conducta no es “propia de su edad”. Un ejemplo actual es el debate en torno al **lenguaje inclusivo etario**: muchos prefieren términos como “*personas mayores*” o “*adultos mayores*” en lugar de “ancianos” o “viejos”, que cargan connotaciones negativas. En inglés se populariza “silver” (plateado) o “*older adults*”. Incluso en español ha surgido hablar de “*jóvenes de más de 50*” en contextos publicitarios, reflejando el giro de percepción. Las propias

organizaciones de mayores (como UDP, CEATE) abogan por eliminar términos paternalistas y tratar a los mayores simplemente como **personas con plenos derechos y diversidad interna** (no todos los de 70 son iguales, del mismo modo que no lo son todos los de 30).

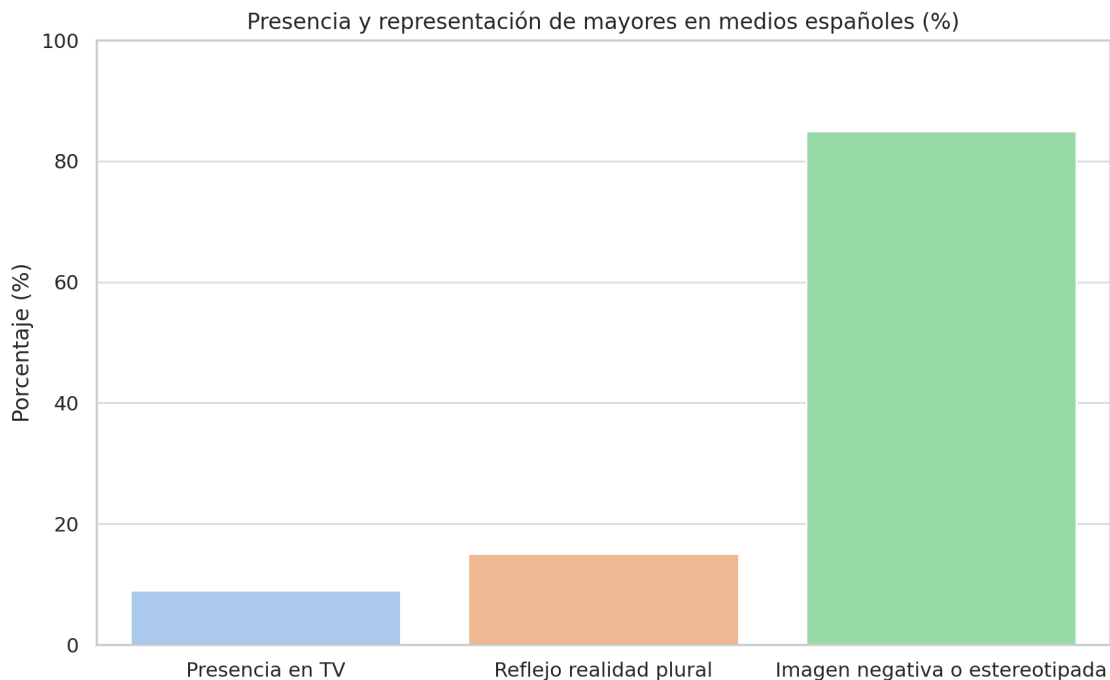
En conclusión, en la dimensión cultural se observa un **proceso de reconfiguración** de lo que significa la edad madura. Los “fiftiers” están reclamando un lugar propio en la cultura: **quieren verse reflejados sin caricaturas**, con sus múltiples facetas (activismo, emprendimiento, sexualidad, humor, aspiraciones). Aunque quedan vestigios de prejuicios, la narrativa está cambiando hacia una visión más **positiva y empoderada de la madurez**. Las implicaciones culturales de este cambio son profundas: desde el consumo (nuevos productos y experiencias adaptadas a seniors modernos) hasta la educación (fomentar una imagen digna del envejecimiento entre jóvenes para que no lo teman). España, con su población envejecida, tiene la oportunidad de liderar esta transformación cultural hacia una sociedad “age-friendly”, donde la edad no suponga etiqueta limitante sino simplemente una característica más, tan rica en posibilidades como cualquier otra etapa de la vida.

Dimensión mediática

La dimensión mediática complementa a la cultural pero enfocándose específicamente en la **presencia e imagen de los mayores de 50 en los medios de comunicación y las tecnologías**, así como en sus pautas de consumo mediático. Es un ámbito crucial porque los medios no solo reflejan la realidad, sino que también la moldean: cómo se representa a los “fiftiers” en televisión, prensa o Internet influye en la percepción social general y en la autoestima del propio colectivo.

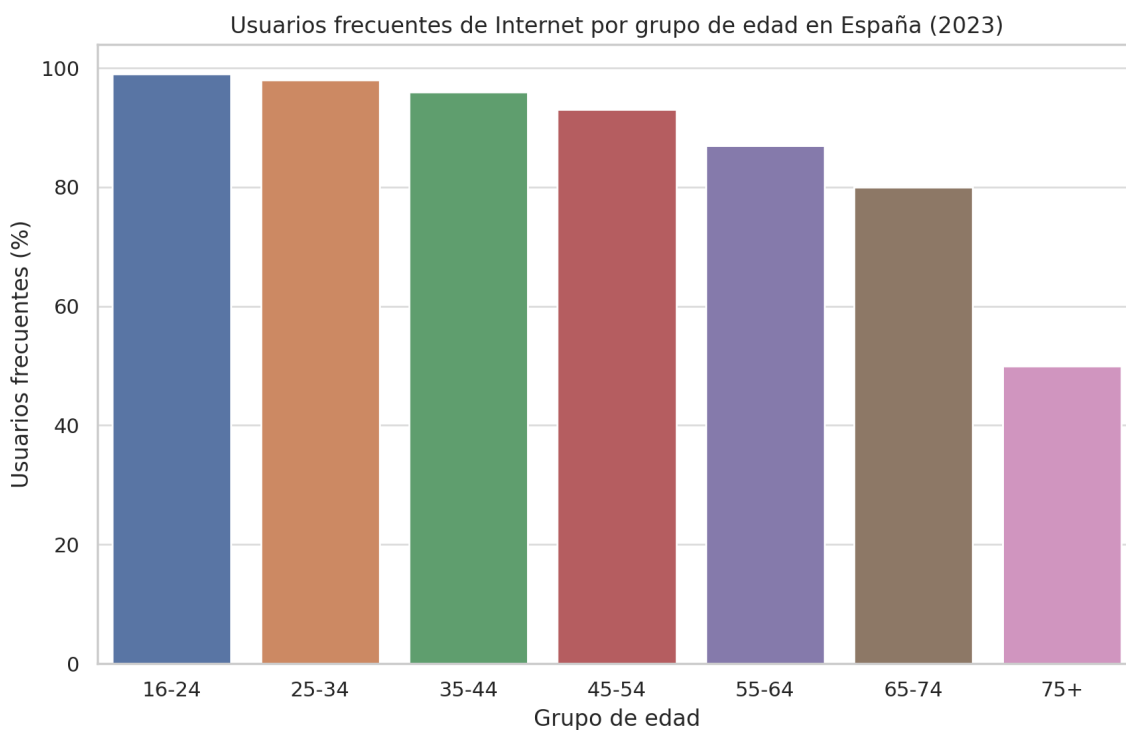
Representación en medios y publicidad: Como ya adelantamos, los mayores de 50 han estado tradicionalmente **infra-representados en la publicidad y los medios masivos** en comparación con su peso demográfico. El estudio de Sra. Rushmore (2018) cuantificó esa brecha: solo 11% de personajes en anuncios eran 50+, y en ciertos sectores comerciales su presencia era casi nula. Por ejemplo, en anuncios de productos de limpieza doméstica no aparecía ningún personaje mayor, y en categorías como belleza/higiene apenas un 4%. En cambio, donde sí tenían presencia notable era en **seguros, finanzas (35% de personajes)** y en publicidad de apuestas (18%) o automoción (14%), probablemente porque se asume que los seniors son público objetivo de seguros y coches. Esta segregación mediática pinta una imagen limitada de sus intereses. Los mayores casi no aparecían asociados a moda (7% de personajes) ni a tecnología, perpetuando la idea de que esas industrias “no van con ellos”. Asimismo, la forma en que se les mostraba estaba cargada de **tópicos**: en la mayoría de los spots analizados, los personajes mayores eran descritos como **divertidos, saludables y felices** pero dentro de entornos domésticos o familiares. Es decir, a menudo la abuela risueña cocinando para la familia o el abuelo contando un chiste, lo cual si bien es una imagen positiva (felicidad, salud), no deja de ser reductora si es la única narrativa disponible.

En las **noticias y periodismo**, la representación también tiene sesgos. En España, los informativos suelen mencionar a las personas mayores principalmente en contextos de *políticas de pensiones, sanidad* (listas de espera, dependencia) o *sucesos* (estafas a ancianos, accidentes...). Durante la pandemia, las personas de edad fueron foco informativo como víctimas vulnerables (brotes en residencias, primeras en vacunación). Este foco, aunque basado en realidades, corre el riesgo de encasillar a los mayores **solo como sujetos pasivos o problemáticos** (beneficiarios de pensiones, pacientes, víctimas). Raras veces vemos en las noticias historias de éxito de seniors, aportes de voluntariado, etc., lo cual contribuiría a equilibrar la narrativa. Un estudio de 2021 apuntaba que en la prensa española los términos más asociados a “*ancianos*” eran “*soledad*”, “*dependencia*” y “*fragilidad*”, reforzando una visión compasiva pero paternalista. Afortunadamente, con la emergencia del tema del *envejecimiento activo*, algunos medios han empezado a publicar reportajes sobre “nuevos seniors” presentando perfiles de personas mayores inspiradoras (emprendedores, artistas veteranos, etc.), aunque sea de forma esporádica.



En cuanto al **cine y TV de entretenimiento**, la televisión española generalista tradicionalmente dirigió muchos contenidos a público familiar o joven, relegando a los mayores a franjas específicas (ej. los seriales de tarde para amas de casa/mayores). No obstante, en los últimos años ha surgido un fenómeno interesante: dada la pirámide de audiencia (los mayores de 50 constituyen la mayoría de la audiencia de TV tradicional), algunas programaciones se están adaptando. El éxito de medios como FIFTIERS muestra que había un **hueco mediático** que la prensa convencional no cubría. A nivel internacional, se habla de un nicho de “*media for seniors*” que va en aumento: revistas, canales de YouTube y podcasts hechos por mayores, para mayores, abordando temas desde perspectiva senior.

Otro aspecto de la dimensión mediática es **cómo consumen los mayores los medios y la tecnología**. Existe la percepción de que los seniors son “*inmigrantes digitales*” rezagados, pero las brechas se están acortando. En la Unión Europea, ya en 2020 un **61% de personas 65-74** había usado Internet recientemente (últimos 3 meses). En países como Dinamarca esa cifra llega al 94%, aunque en otros como Bulgaria era solo 25%, indicando disparidades. España está más cerca de la media europea; según el INE, en 2022 aproximadamente 70% de los 65-74 años usaban Internet habitualmente, un salto enorme respecto a apenas 20% de hace una década. Entre **50-64 años**, la penetración de Internet es muy alta (prácticamente equiparable a la población general), y de hecho muchos “fiftiers” ocupan posiciones de liderazgo en uso de redes sociales como Facebook o WhatsApp para comunicarse con familia y amigos.



En EE.UU., datos de Pew Research señalan que en 2021 cerca del **75% de los mayores de 65** eran usuarios de Internet, comparado con solo 14% en el año 2000. Y aproximadamente **45% de estadounidenses 65+ utilizan redes sociales**, porcentaje que sube al 72% para el segmento 50-64. Esta tendencia se refleja también en España con cierta demora: Facebook se ha “envejecido” en su base de usuarios (muchos jóvenes migraron a Instagram/TikTok, mientras padres y abuelos se quedaron en Facebook). **YouTube** es otra plataforma popular incluso entre mayores para ver tutoriales, noticias y entretenimiento. Y la **videollamada** (Zoom, Skype, WhatsApp vídeo) se volvió herramienta imprescindible para nuestros mayores durante la pandemia, permitiéndoles ver a sus nietos y amistades en la distancia.

Pese a estos avances, la **brecha digital generacional** no ha desaparecido. Como ilustra el gráfico de arriba, una encuesta de 2024 reveló que **más de la mitad de los senior**

españoles llevaba al menos 5 años sin realizar ningún curso de formación digital, aunque a casi una quinta parte le hubiera gustado hacerlo. Esto apunta a que muchos mayores no han tenido acceso o iniciativa para formarse en nuevas tecnologías, lo que puede limitar su pleno aprovechamiento de los medios digitales. Las causas van desde falta de oferta adaptada de cursos, miedos o **barreras psicológicas** (“esto no es para mí”) hasta simples dificultades de usabilidad (interfaces poco amigables para personas con poca experiencia o con pequeñas discapacidades visuales/motoras). La buena noticia es que la *brecha digital se está reduciendo*. Las generaciones que hoy tienen 50-60 años fueron las primeras en usar ordenadores en oficinas en los años 90 y en adoptar móviles en los 2000, por lo que llegan a la madurez con cierto bagaje. Es previsible que para **2030-2040**, cuando la generación X esté en sus 60-70, la gran mayoría habrá convivido gran parte de su vida con internet y smartphones, haciendo que el uso digital a edades avanzadas sea la norma. Aun así, expertos señalan la necesidad de **seguir adaptando la tecnología a los mayores** para que nadie quede atrás: interfaces sencillas, letras grandes, opciones de accesibilidad y *diseño universal* pensando en usuarios de todas las edades. La industria tecnológica empieza a atender al mercado “senior” con desarrollos específicos: dispositivos de **tecnología asistiva** como relojes inteligentes que monitorizan la salud, asistentes de voz que recuerdan medicación o detectores de caídas en el hogar son cada vez más comunes. La Inteligencia Artificial y el IoT se vislumbran como aliados para la autonomía de los mayores (por ejemplo, **robots de compañía** que conversan y asisten a ancianos que viven solos, ya probándose en Japón).

Volviendo a la presencia mediática, merece especial mención el tema del **edadismo en la publicidad**. El edadismo es una de las formas más comunes de discriminación en la industria publicitaria. Las agencias suelen estar obsesionadas con atraer al público joven (codiciado por marcas para fidelizarlos temprano), ignorando que la **generación del baby boom** es actualmente la de mayor poder adquisitivo. Esta miopía hace que se desperdicie potencial de mercado. Culturalmente, la publicidad tiende a idealizar la juventud como sinónimo de belleza, innovación y deseabilidad, mientras la madurez queda asociada a nostalgia o decadencia. Sin embargo, esto está cambiando muy lentamente a golpe de realidad económica: dado que en pocos años **el 37% de la población española tendrá más de 55 años**, las marcas que no conecten con ese público estarán perdiendo casi a 4 de cada 10 consumidores. Algunas empresas ya se han dado cuenta: en sectores de turismo, ocio y banca han surgido campañas específicas para seniors activos (viajes para mayores de 60, gimnasios con programas senior, bancos con clubes de clientes +55). Incluso se está formando a publicistas en “marketing senior” para aprender los códigos adecuados: por ejemplo, un informe de YouGov señalaba que la mayoría de mayores prefiere no ser llamados “ancianos” sino términos más aspiracionales como “*silver*” y valora anuncios que muestren a gente de su edad de manera auténtica y empoderada.

En las **redes sociales y la creación de contenidos**, los mayores también están encontrando voz propia. Además de los influencers mencionados, hay comunidades enteras: grupos de Facebook de abuelos blogueros, canales de cocina tradicional regentados por septuagenarias con miles de suscriptores, etc. Un fenómeno simpático fue el de los **youtubers jubilados** que comentan videojuegos (“*GrandpaGaming*” es un caso en EEUU). En España, la “*yaya influencer*” se hizo famosa en TikTok bailando a sus 90

años. Todo esto humaniza y acerca generaciones: millones de jóvenes siguen a estas estrellas senior por su carisma, no por compasión sino por genuino entretenimiento.

En síntesis, la **dimensión mediática** de los “fiftiers” está en transición. **Todavía hay un déficit de representación realista** en medios convencionales, pero hay indicios de mejora con iniciativas puntuales y el auge de medios especializados. El colectivo senior se está **empoderando digitalmente** y eso les permite también saltarse a los intermediarios: si la TV no les da voz, la crean ellos en YouTube; si la publicidad no les habla, se organizan comunidades donde recomiendan productos entre pares. De cara al futuro, es de esperar que los medios generales incorporen cada vez más la perspectiva senior en sus contenidos, no por corrección política sino porque su audiencia lo demandará. Un ejemplo alentador es la reciente cobertura en prensa económica sobre la importancia de retener a los trabajadores mayores: titulares como *“Las empresas deben aprovechar el talento sénior o no serán sostenibles”* han aparecido en diarios de prestigio, señal de que el discurso está cambiando. Cuando los mayores de 50 se vean retratados en los medios **como lo que realmente son –un grupo heterogéneo, con experiencia, capaz de aprender, consumir y aportar–**, los estigmas sociales terminarán de caer. Los medios tienen la responsabilidad y la oportunidad de acelerar ese proceso, construyendo una narrativa inclusiva de la vejez que refleje dignidad, diversidad y normalidad.

Políticas públicas y respuestas institucionales

Para abordar integralmente los desafíos y oportunidades asociados al envejecimiento de la población, se requieren **políticas públicas** coordinadas. En España (y Europa en general) la cuestión de los mayores de 50 ha escalado posiciones en la agenda pública, especialmente tras el COVID-19, que actuó como catalizador de ciertas reformas. A continuación, se examinan las principales líneas de acción de gobiernos y organismos frente a la realidad de los “fiftiers”.

Empleo y empleabilidad: Los poderes públicos han lanzado múltiples iniciativas para mejorar la **empleabilidad de los trabajadores mayores** y prolongar sus carreras en buenas condiciones. Destaca la incorporación de objetivos específicos para seniors en la **Estrategia Española de Activación para el Empleo**. Por ejemplo, los Servicios de Empleo están priorizando la atención a parados de larga duración mayores de 45, ofreciéndoles itinerarios personalizados de reinserción. Se han potenciado programas como **“Experiencia Activa”** (hipotético nombre) que busca reorientar profesionalmente a desempleados senior mediante mentorías, orientación laboral y formación a medida. Asimismo, a través del Plan de Recuperación y Resiliencia post-COVID (fondos NextGen EU), España destinó partidas a la **formación digital básica de adultos**: se anunciaron 600 millones de euros para formar en competencias digitales a la población, con enfoque en mayores con baja cualificación. Esto incluye cursos gratuitos de alfabetización digital en telecentros, bibliotecas y ONGs (como la Fundación Cibervoluntarios, que lleva Internet a personas mayores en zonas rurales). Paralelamente, iniciativas público-privadas como **Generación SAVIA** de Fundación Endesa se han consolidado, con apoyo institucional, para conectar a empresas con talento senior

disponible y ofrecer recualificación en sectores demandados (economía verde, cuidados, etc.).

En cuanto a mantener a los mayores **en activo** dentro de las empresas, las políticas públicas incentivan varias prácticas. Por un lado, las ya mencionadas **bonificaciones a la contratación** de seniors desempleados (reducción de cuotas a la Seguridad Social durante 1-2 años). Por otro, subvenciones a proyectos que mejoren la **salud laboral y ergonomía** para trabajadores mayores, para prevenir incapacidades y jubilaciones anticipadas por problemas de salud. Algunas comunidades ofrecen ayudas a PYMEs que adapten puestos para empleados de más de 55 (por ej., maquinaria con menos vibraciones, sillas ergonómicas, iluminación adecuada, etc.). También se promueve la figura del **contrato de relevo**: un trabajador próximo a jubilarse reduce su jornada y simultáneamente se contrata a un desempleado (a menudo joven) que lo releve parcialmente, con incentivos públicos para ambos. Esta modalidad ha tenido buen resultado en algunos sectores, permitiendo transmisión de conocimiento intergeneracional antes de la jubilación final del senior.

Protección social y pensiones: Como ya se discutió en la dimensión legal, las reformas de pensiones recientes son la piedra angular de la política pública ante el envejecimiento. El gobierno, con acuerdo parlamentario, ha implementado medidas para **asegurar la sostenibilidad del sistema** (edad de jubilación a 67, cómputo de más años cotizados para cálculo de pensión, fomentar planes de pensiones complementarios) y a la vez **reducir la pobreza en mayores** (revalorización de pensiones mínimas con el IPC, subsidio 52+ ampliado, etc.). La pandemia sacó a la luz la precariedad de muchos jubilados, por lo que se reforzó el Ingreso Mínimo Vital para quienes no alcanzan cotizaciones suficientes. Otra área es la de **cuidados a la dependencia**: tras lo vivido en 2020 en residencias, se acordó con las CCAA invertir en hacer más pequeñas las residencias, mejorar ratios de cuidadores, e impulsar alternativas como la teleasistencia y la ayuda a domicilio para que los mayores puedan envejecer en sus casas con apoyo. Los **fondos europeos** también aquí se emplean: en 2021-23 se invirtieron alrededor de 800 millones en la llamada “Economía de los Cuidados”, que incluye digitalizar servicios de teleasistencia (botones de emergencia para mayores solos, seguimiento telefónico), formación de nuevos gerocultores, etc.

Salud y envejecimiento saludable: El Ministerio de Sanidad lanzó en 2019 el **Plan Nacional de Alzheimer y otras demencias**, consciente de que con el envejecimiento se dispararán estos casos. Igualmente, dentro de la Estrategia de Promoción de la Salud, hay líneas específicas para población de mediana edad y mayor: campañas de vacunación antigripal (que incluyen desde 2022 a todos los mayores de 60), programas de ejercicio físico para mayores (por ejemplo, en colaboración con ayuntamientos se financian parques biosaludables con aparatos de gimnasia para mayores). La pandemia motivó la incorporación de la vacuna COVID anual para mayores igual que se hace la de la gripe, institucionalizando cuidados preventivos específicos. Un dato: España tiene una de las coberturas de vacunación antigripal mayores más altas de Europa, señal de éxito de esas políticas de salud pública en la tercera edad.

Participación y derechos: Otro eje de la política pública es dar voz y reconocimiento a los mayores en la sociedad. Existe desde hace años el **Consejo Estatal de Personas Mayores**, órgano consultivo donde representantes de asociaciones de mayores asesoran al IMSERSO y ministerios en decisiones que les afectan. En 2022 se instituyó el 26 de julio como el *Día del Abuelo* (aunque más simbólico/familiar que político), y se han apoyado eventos como congresos de “Silver Economy”. En 2022, la ONU declaró el *Decenio del Envejecimiento Saludable (2021-2030)*, y España adhiere a sus principios fomentando entornos amigables para mayores (el proyecto “Ciudad amigable con los mayores” de la OMS lo han adoptado decenas de municipios españoles, adaptando calles, transporte, actividades para personas mayores). Incluso en la esfera de derechos humanos, empieza a discutirse la necesidad de una Convención Internacional sobre Derechos de las Personas Mayores, para reforzar su protección legal global.

Educación y sensibilización intergeneracional: Se está viendo un impulso en programas que conecten a jóvenes con mayores, patrocinados por administraciones. Por ejemplo, el programa “**Convive**” de convivencia intergeneracional (estudiantes universitarios se alojan en casa de personas mayores que viven solas, brindándoles compañía a cambio de alojamiento asequible) se ha extendido a varias ciudades con apoyo municipal. También proyectos de voluntariado tipo “Adopta un abuelo” reciben pequeñas subvenciones públicas por su labor social uniendo generaciones. En colegios, algunas comunidades incorporan actividades donde mayores van a escuelas a contar historias o colaborar en tutorías, buscando fomentar desde edad temprana el **respeto a los mayores** y romper estereotipos en la mente de niños y adolescentes.

Cultura, ocio y formación continua: Muchos ayuntamientos y Comunidades ofrecen una variada **programación cultural para mayores**: universidades populares con cursos de historia, arte, informática básica para jubilados; viajes culturales subvencionados (el clásico Programa de Turismo del IMSERSO sigue activo, movilizando a cientos de miles de mayores cada año fuera de temporada alta); festivales de coral de centros de mayores, etc. Tras la pandemia, se han invertido esfuerzos en reactivar estos espacios de encuentro. Un ejemplo: la Comunidad de Madrid abrió en 2021 más aulas de informática en centros de mayores ante la alta demanda de aprender a usar smartphone para comunicarse tras el confinamiento. Son políticas “blandas” pero importantes para la calidad de vida de los seniors. Además, están las **políticas culturales mediáticas**: RTVE, como servicio público, tiene mandato de programación para mayores (de ahí la existencia de programas como “Saber Vivir” sobre salud que son seguidos mayoritariamente por audiencia senior).

Resumiendo, a nivel de **políticas públicas** se aprecia un enfoque multidimensional muy alineado con lo expuesto en este informe. Hay una conciencia creciente en las instituciones españolas de que el **envejecimiento de la población requiere respuestas transversales**: económicas, laborales, sanitarias, sociales y culturales. Tras la sacudida del COVID, que expuso debilidades (soledad, residencias saturadas, brecha digital) pero también demostró la importancia de los mayores (como garantes de experiencia y cohesión familiar), las políticas han empezado a acelerar. No obstante, **queda mucho por hacer** para pasar de la teoría a la práctica efectiva. Por ejemplo, pese a los planes de formación digital, aún más de la mitad de los seniors no han recibido capacitación

reciente. Y aunque hay bonificaciones a la contratación, mientras no se combata el sesgo de edad en la cultura empresarial, su impacto será limitado. Del mismo modo, se pueden promulgar estrategias contra la soledad, pero requerirán dotación presupuestaria y colaboración de todos los niveles (local, autonómico, estatal) para realmente llegar al mayor aislado en un barrio.

En definitiva, las políticas públicas en la España post-COVID respecto a los mayores de 50 buscan un objetivo común: facilitar un **envejecimiento activo, digno y productivo**. Esto incluye asegurar que quienes quieren y pueden trabajar más allá de los 50-60 lo hagan en buenas condiciones, garantizar unos ingresos y cuidados adecuados a quienes ya no pueden trabajar, y promover una imagen social positiva de la edad. España mira también la experiencia de otros países europeos: por ejemplo, en Finlandia en 2023 se legisló que un trabajador despedido a los 55+ con 5 años de antigüedad tenga derecho a 2 meses de formación remunerada por la empresa; en Irlanda se discute abolir la jubilación obligatoria; en Japón existen programas masivos de reemplazo para jubilados (senior internship). Quizás veamos en próximos años importarse algunas de estas ideas. Por ahora, la dirección tomada es la correcta, pero será necesario **dar continuidad y evaluar** el impacto real de estas políticas, involucrando también a la empresa privada y la sociedad civil en la misión de integrar plenamente a los “fiftiers”.

Conclusiones

La exploración multidimensional realizada permite **trazar un panorama completo** de la situación de las personas mayores de 50 años en la España post-COVID. Lejos de ser un colectivo homogéneo o pasivo, los llamados “fiftiers” se revelan como un grupo diverso, dinámico y cada vez más crucial en todos los ámbitos: social, económico, cultural y político.

En lo social, los mayores de 50 están asumiendo nuevas formas de vida, manteniéndose activos, aprendiendo y aportando a sus comunidades. Se ha extendido la etapa de vida plena más allá de la mediana edad, difuminando la antigua línea entre madurez y vejez. No obstante, persisten desafíos como la soledad no deseada y la necesidad de redes de apoyo, especialmente evidenciados durante la pandemia. Es imperativo seguir fomentando la integración social de los seniors, aprovechando su experiencia pero también cuidando su bienestar emocional.

En lo laboral, los “fiftiers” son a la vez **pilar y paradoja**: sostienen buena parte del empleo y la economía (representan más de un tercio de la fuerza laboral y el 70% del empleo creado en 2024), demostrando su valor y resiliencia; pero a la vez enfrentan notorias barreras para ser contratados o mantenerse en el empleo debido a prejuicios edadistas y brechas de competencias (principalmente digitales). Superar estas barreras requerirá un cambio cultural en las empresas y políticas activas enfocadas en la actualización de habilidades y la **igualdad de oportunidades por edad**. Dada la tendencia demográfica, integrar a los trabajadores mayores ya no es opcional sino una **necesidad** para la sostenibilidad económica y del estado de bienestar. Las empresas que

sepan gestionar la edad y aprovechar el talento senior tendrán ventaja competitiva en un país cada vez más “plateado”.

En lo legal y de políticas públicas, España ha dado pasos firmes para adaptarse al envejecimiento: reformas de pensiones para prolongar la vida laboral de forma voluntaria, prohibición de la discriminación por edad, incentivos a la contratación y planes de formación para mayores, entre otros. Sin embargo, la efectividad de estas medidas dependerá de su implementación rigurosa y de complementarlas con acciones más innovadoras (por ejemplo, exigir transparencia en procesos de selección para evitar sesgos, o certificar a empresas *age-friendly*). Al mismo tiempo, es vital reforzar el sistema de cuidados y protección social para quienes, al envejecer, lo necesiten –aprendiendo de las lecciones que dejó el COVID–, sin descuidar a ese amplio grupo de mayores de 50-70 que aún está en pleno potencial productivo.

En lo cultural y mediático, estamos presenciando un recambio en la narrativa sobre la edad. Los mayores de 50 han pasado de ser casi invisibles o estereotipados en la cultura popular, a reclamar un espacio propio: **más voz, más representación, más respeto**. El concepto mismo de “vejez” está siendo resignificado. No obstante, queda camino por recorrer para desterrar por completo el edadismo. Es un esfuerzo que involucra a todos: medios de comunicación responsables de mostrar diversidad generacional, sistema educativo inculcando desde temprano una visión positiva del envejecimiento, y los propios mayores *empoderándose* y participando en la esfera pública (alzar su voz en el debate social, en asociaciones, en política). La cultura de una sociedad se mide también por cómo trata a quienes han recorrido más camino; en ese sentido, España pos-COVID tiene el desafío y la oportunidad de convertirse en una sociedad amigable con las edades, donde se celebren los 50, 60, 70 años como etapas llenas de vida y contribución.

En conclusión, los **“fiftiers” españoles del siglo XXI** se han convertido en protagonistas de una transformación demográfica y social sin precedentes. Son depositarios de conocimiento, experiencia y recursos, pero también pueden ser vulnerables a la exclusión si no se derriban ciertos muros. La pandemia puso a prueba la fortaleza de este colectivo y, aunque expuso fragilidades, también evidenció su importancia insustituible en la estructura familiar, laboral y comunitaria de la nación. Ahora, en la etapa post-pandémica, corresponde capitalizar esas lecciones: construir un entorno inclusivo donde una persona de 55 o 75 años pueda seguir desarrollándose, trabajando si lo desea, aprendiendo cosas nuevas, participando en la comunidad y siendo visible y escuchada.

Cada dimensión analizada –social, laboral, legal, cultural, mediática, política– aporta piezas del puzle, pero solo una **estrategia integral** podrá resolverlo completamente. España cuenta con fortalezas para lograrlo (cohesión familiar, sistemas públicos sólidos, etc.), pero requiere enfoques innovadores y, sobre todo, la voluntad colectiva de **revalorizar la madurez**. En última instancia, abrazar a los mayores de 50 como ciudadanos plenos y activos no es solo hacer justicia a una generación; es prepararnos todos para nuestro propio futuro, en el que seremos esos “fiftiers” y queremos disfrutar de una sociedad que nos acoja, nos respete y nos permita seguir floreciendo en la segunda mitad de la vida.

Equipo Responsable del Informe

- **Pablo Gutiérrez-Ravé Villalón**
Fundador y Director General de FIFTIERS
Coordinación general, revisión técnica y estratégica.
- **María José Fuentes Moreno**
Responsable de Investigación Social y Laboral
Análisis de datos sociodemográficos y laborales, estadísticas oficiales y redacción de capítulos relacionados con empleo y sociedad.
- **Antonio Jiménez Aguilar**
Especialista Legal y en Políticas Públicas
Revisión legislativa, análisis del marco legal sobre edadismo, legislación laboral, protección social y políticas públicas relacionadas con mayores.
- **Laura Fernández Segovia**
Responsable Cultural y Mediática
Análisis de percepción cultural, representación mediática y estrategias comunicativas. Coordinación del contenido visual y gráfico.
- **Carlos Martín Iglesias**
Analista de Datos y Estadísticas
Recopilación y procesamiento de estadísticas oficiales (INE, CIS, Eurostat, SEPE), elaboración de gráficos, tablas y soporte estadístico.
- **Raquel Sánchez Rodríguez**
Asistente de Investigación
Apoyo en recopilación bibliográfica, documentación, fuentes internacionales y elaboración de bibliografía del informe.

Método de Realización del Informe

El informe se ha desarrollado mediante una metodología de investigación multidimensional y documental que incluyó:

1. **Revisión exhaustiva de literatura científica y documentación oficial** (INE, CIS, Eurostat, SEPE, Ministerio de Derechos Sociales, Ministerio de Trabajo, OMS, etc.).
2. **Análisis estadístico y cuantitativo** mediante recopilación de datos actualizados sobre empleo, demografía, brecha digital, representación mediática y percepción social sobre mayores.
3. **Análisis cualitativo y revisión normativa**, con evaluación del marco legal actual relacionado con la discriminación por edad en España y Europa, políticas públicas recientes y programas específicos.
4. **Coordinación y supervisión técnica**, asegurando rigurosidad académica, coherencia interna y pertinencia de recomendaciones y conclusiones.

El proceso ha implicado reuniones periódicas de seguimiento, revisiones cruzadas entre expertos y validación final del contenido por el equipo coordinador

EL EDADISMO EN ESPAÑA

INFORME



WWW.FIFTIERS.COM