

Just Happy Days dice basta a la discriminación por la edad

La startup europea, con la colaboración de la Universidad de Oporto e International Public Relations Network (IPRN), ha desarrollado la campaña internacional de sensibilización #noagecampaign para concienciar sobre el estigma que supone la edad

Para 2050 se espera que 2.000 millones de personas de la población mundial tengan más de 60 años. De este total, 3,2 millones serán centenarios, en cuyo momento los ancianos superarán en número a niños y jóvenes menores de 15 años. Desde esta perspectiva, nació el proyecto de sensibilización internacional #noagecampaign, lanzado por la startup europea Just Happy Days, en asociación con la Universidad de Oporto (a través de Porto4Ageing - Centro de Competencia para un Envejecimiento Activo y Saludable) e IPRN (International Public Relations Network), que acaba de lanzarse en las redes sociales y se ha extendido internacionalmente a los medios de comunicación de todo el mundo.

El proyecto #noagecampaign de Just Happy Days tiene como objetivo crear conciencia entre las generaciones más jóvenes sobre este tema, alentando un debate transgeneracional respaldado por casos reales. Esta iniciativa coincide además con el Decenio del Envejecimiento Saludable (2020-2030), establecido por la ONU a través de la Organización Mundial de la Salud. Durante los próximos meses, la campaña se centrará en ocho casos individuales, lanzando nuevas pistas e ideas para un debate global cada vez más permanente. El objetivo es crear conciencia sobre la urgencia de aceptar el desafío de la evolución demográfica, beneficiándose de las contribuciones que la población mayor proporciona a la sociedad.

La campaña cuenta con la participación de ocho profesionales, entre 46 y 76 años, que representan al colectivo. Estos incluyen a António Gonçalves (76 años, emprendedor de moda), Carlos Coelho (55 años, creador de marca), Claudia Jacques (55 años, relaciones públicas), Elsa Carvalho (46 años, empresaria y editora de moda), Eugénio Campos (56 años, empresario y joyero), Gisela Pereira (73 años, jubilada del consulado alemán), Nídia Freitas (76 años, profesora jubilada y redactora), y Vasco Ribeiro (46 años, profesor universitario). El proyecto también incluye la colaboración de 18 estudiantes de la Universidad de Oporto de ocho países, entrevistados por un psicólogo de la Facultad de Psicología, primero dando su visión sobre el envejecimiento y luego analizando las imágenes de los ocho protagonistas.

Para Elsa Carvalho, fundadora y editora de moda de Just Happy Days, " #noagecampaign es la iniciativa de una startup que opera en uno de los sectores que más ha contribuido al estigma de la edad: la moda. Pero esta circunstancia está lejos de ser un problema exclusivo de esta industria. Cualquier persona mayor de 45 años que esté desempleada, se enfrenta actualmente a una fuerte resistencia e incluso discriminación en el mercado. Un problema que empeora cada año ".

Para Luis González, CEO de IPRN, "el apoyo de IPRN a Just Happy Days #noagecampaign tiene una fuerte razón detrás: como organización internacional con 50 agencias de comunicación en todo el mundo, nuestro compromiso y alcance ayudará a difundir este mensaje en los cinco continentes para

evitar la discriminación y reducir las barreras. Envejecer de manera activa y saludable es un derecho fundamental. Ninguna edad es la mejor edad ”, concluye.

Vídeo de la campaña: <https://bit.ly/2tk71Eb>

Fotos de la campaña: <https://bit.ly/2MK20eU>

Nota Editorial

Acerca de IPRN

IPRN, fundada en 1995, está constituida por agencias y consultoras de comunicación y relaciones públicas independientes que cuentan con gran experiencia y dominio de sus respectivos países y culturas. La organización agrupa a más de 45 miembros repartidos entre los 5 continentes que cubren mercados en América del Norte y del Sur, Europa Occidental y Oriental, Oriente Medio, África, Extremo Oriente y Australasia. Sus miembros tienen un perfil internacional, piensan de forma global y actúan con éxito localmente. Son propietarios que dirigen sus propias empresas, independientes de cualquier multinacional y que responden directamente a sus clientes. El objetivo de la organización no es otro que ofrecer la mejor cobertura local con proyección internacional.

Para más información, visitar www.iprn.com

Acerca de Just Happy Days

Just Happy Days es una start-up europea de origen portugués, fundada en 2018. Es una tienda web multimarca en inglés, que brinda a los usuarios una experiencia de compra integral a través de más de 30 tiendas minoristas que tienen justhappydays.com como su tienda virtual. Con un compromiso internacional, ha llegado a diferentes áreas geográficas, con seguidores eminentemente femeninos. Sus principales mercados están en Indonesia, Angola, Brasil y Portugal, además de ser seguido en países como India, Vietnam, Estados Unidos y España.

Datos de contacto:

Laura Hermida
629 492 004

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Moda](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Madrid](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>