

PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA VEJEZ Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Trabajo fin de grado.



Autora: Tamara Concepción Real Oliva.

Directora: Asunción Cívicos Juárez.

Curso: 4ª Trabajo Social.

Año académico: 2016/2017

Convocatoria de junio.

RESUMEN:

La percepción social de la vejez ha estado marcada a lo largo de los años por estereotipos tanto positivos (sabiduría, experiencia, conocimiento, etc) como negativos (enfermedad, soledad, aislamiento, etc), y los medios de comunicación ejercen una importante influencia en la opinión pública.

En el presente trabajo se ha realizado una investigación bibliográfica sobre la percepción social de la vejez a través de diferentes autores complementado con un análisis de mensajes en prensa durante los meses de febrero, marzo y abril de 2017 en dos periódicos de índole nacional (El Mundo y El País) y dos provinciales (El Día y el Diario de Avisos), para conocer la imagen que la prensa muestra de las personas mayores.

En términos generales, los resultados evidencian que la prensa hace poca mención acerca de las personas mayores, sin embargo, cuando se habla de vejez, muestran una visión más negativa que positiva, asociándola a enfermedad, dependencia y/o muerte. No obstante, tras el análisis de mensajes en prensa realizado, se concluye que las diferencias entre la visión negativa y positiva no son especialmente significativas.

Palabras clave: Percepción social, personas mayores, medios de comunicación, estereotipos, prensa.

ABSTRACT:

The social perception of the old age has been marked through the years by positives (wisdom, experience, knowledge) and negatives (illness, loneliness, isolation etc) stereotypes and the journalists play an important part in relaying the public opinion.

In the present work we have done a bibliography investigation about the social perception of the old age through different authors complemented with an analysis supported by the press reports during the months of February, March and April of 2017

in two national (El Mundo and El País) and two provincial (El Día and the Diario de Avisos) newspapers describing how the press portray old people.

In general terms, the evidence of the results shown gives less coverage regarding old people. However, when they do talk about old age, they give a more negative than positive vision. Associating old age with illness, dependence/ or death. After the analysis supported by the press reports that we have done, our conclusion is that the differences between the negative and positive vision is insignificant.

Key words: Social perception, old age, means of communication, stereotypes, press.

ÍNDICE

1. Antecedentes. Estado de la cuestión.....	4
2. Justificación.....	7
2.1 Justificación personal.....	7
2.2. Justificación científica e interdisciplinar.....	8
3. Objetivos.....	8
3.1 General	8
3.2 Específicos.....	8
4. Hipótesis	9
5. Metodología.....	9
6. Marco teórico.....	11
6.1. Vejez y envejecimiento. Conceptos previos.....	11
6.2. Consideraciones sobre la vejez: “Paradigma Tradicional y Nuevo Paradigma”.....	12
6.3. Envejecimiento demográfico, concepto y evolución.....	14
6.4. Consideración de la vejez a través de la historia.....	18
6.4.1. Edad Media (V-XV).....	18
6.4.2. Edad Moderna (XV- XVIII).....	18
6.4.3. Edad Contemporánea (XVIII- actualidad).....	19
6.5. Estereotipos y vejez.....	20
6.5.1 Estereotipos y mitos más frecuentes sobre los adultos mayores. Homogeneidad vs heterogeneidad.....	21
6.5.2 Repercusión de los estereotipos sobre las personas mayores y su entorno.....	24
6.6 Autopercepción de los adultos mayores	25
6.7 Influencia de los medios de comunicación en la percepción social de la vejez y la propia autopercepción.....	28
7. Resultados.....	31
8. Análisis y discusión de resultados	45
9. Conclusiones.....	49
Referencias bibliográficas	53
Anexos.....	56

Problema- Estereotipos y prejuicios que tiene la sociedad sobre las personas mayores y la influencia de los medios de comunicación en la imagen que se tiene de las mismas.

1. Antecedentes. Estado de la cuestión.

Existen diversos estudios previos sobre la percepción social de la vejez.

En primer lugar, en 1992, el IMSERSO, junto con la Universidad Autónoma de Madrid realizaron un estudio en España sobre las imágenes y la valoración social de la vejez.

Los resultados de dicha investigación fueron los siguientes:

Más del 60% de la población española, consideraba que ‘a partir de 65 años ocurre un fuerte deterioro de la salud’, que ‘la mayor parte de las personas mayores de 65 años tienen incapacidades que las hacen depender de los demás, que ‘tienen un deterioro de su memoria’, que son ‘rígidas e inflexibles’, ‘menos activas’, que ‘son como niños’, que los defectos se agudizan con la edad’, que, ‘son irritables’, y para más de un 50% de la población, las personas mayores de 65 años, ‘son seniles’, ‘peores en el trabajo’, y que ‘resuelven peor los problemas que los más jóvenes’. (Causapié, Balbotín, Porras y Mateo, 2011) p. 138-139).

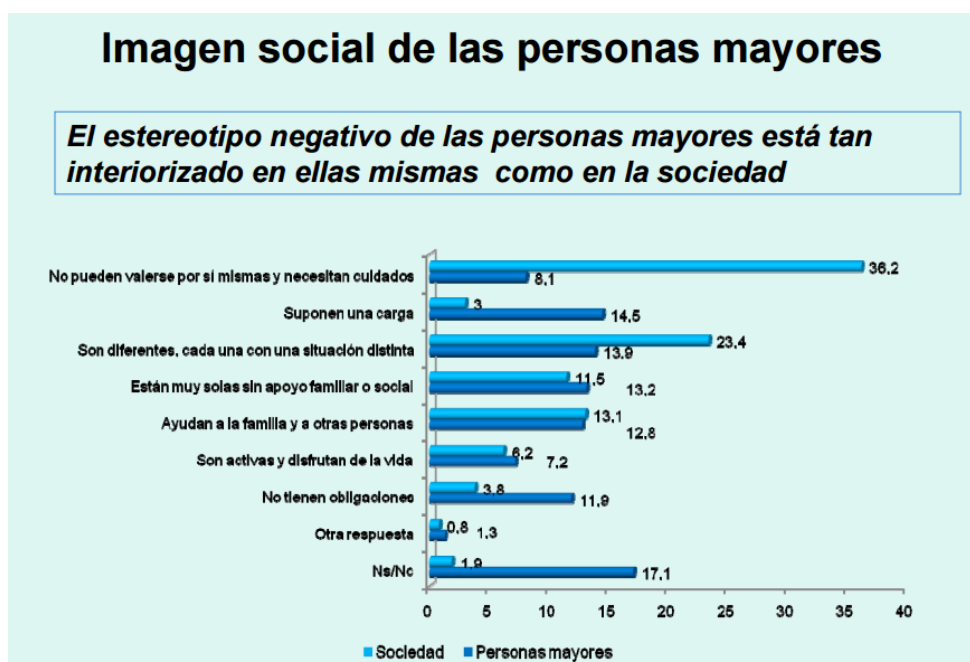
Por otra parte, en 2001, la empresa de Comunicación, Imagen y Opinión Pública, (CIMOP) realizó para el IMSERSO un estudio sobre “Percepciones Sociales hacia las Personas Mayores”. Por un lado, se analizó la opinión de distintas generaciones sobre el colectivo de personas mayores, para conocer la percepción social de la vejez. Por otro lado, también se exploró la imagen que mostraba la prensa sobre las personas mayores.

Los resultados de dicha investigación, fueron sorprendentes, ya que en contraposición a los del año 1992, las personas mayores, en su conjunto, fueron consideradas como un grupo heterogéneo. Esto puede apoyarse en el rejuvenecimiento de los mayores, así pues, se tiene la impresión que antes se consideraba ‘persona mayor’ a aquella que tenía 60 años, (estereotipo basado en la edad cronológica), mientras que a las personas de dicha edad, se le asocia en la investigación, con rasgos más positivos. Por otra parte, a

partir de los resultados procedentes de la investigación de la imagen que muestra la prensa, se llegó a la conclusión de que los medios de comunicación, no parecen recoger la opinión que tiene la sociedad sobre el colectivo de personas mayores, es más, la imagen de las personas mayores, apenas aparece en la prensa, y cuando aparece, suele tener una imagen relacionada con la exclusión social. No obstante, el estudio mostró que en función de la ideología de la prensa investigada, la percepción de la vejez varió. Así pues, la prensa más conservadora, representó la vejez mediante estereotipos, en su mayoría negativos, tratándoles como un grupo homogéneo. En contraposición, la prensa con tendencia más progresista, buscó una mayor objetividad, ofreciendo una visión más positiva de la vejez. (Observatorio de Personas Mayores- IMSERSO, s.f.)

En tercer lugar, en 2010, el IMSERSO realizó una encuesta para conocer la percepción social de la vejez. Los resultados de la misma fueron los siguientes:

Gráfico 1: Imagen social de las personas mayores



Fuente: Encuesta a Mayores, IMSERSO, 2010.

El 36,2 % de los entrevistados consideraba que las personas mayores no pueden valerse por sí mismas, y que, por tanto, necesitan cuidados. Por su parte, un 23,4 % creyó que las personas mayores son diferentes, puesto que cada una presenta situaciones distintas (considerando a las personas mayores como un sector de población heterogéneo). No

obstante, únicamente un 6,2 % consideró que son activas y disfrutan de la vida. Un dato llamativo de la gráfica anterior, es el gran porcentaje de entrevistados mayores de 65 años que se consideran a sí mismos como una carga (14,5%), frente a un único 3% de la población que realmente lo piensa así.

En cuarto lugar, en el año 2013, se elaboró una investigación realizada por María Pérez Hernández, en la Universidad de La Laguna, sobre el tema tratado a lo largo de esta investigación; la percepción social de la vejez. Pérez (2013), llevó a cabo un estudio exploratorio combinando la realización de entrevistas a informantes clave con un análisis de mensajes periodísticos.

Los resultados de esta investigación fueron diversos:

En primer lugar, se extrajo que la población tiene un estereotipo bastante negativo sobre las personas mayores, asociado a problemas de salud y de memoria y a discapacidades físicas. No obstante, se comprobó en la misma investigación, que la autopercepción de los adultos mayores, es positiva, rechazando cualquier concepción estigmatizadora. (Pérez, 2013).

Por otra parte, en lo que respecta al análisis de prensa, según nos indica Pérez (2013), los medios de comunicación muestran una imagen negativa de la vejez que no se corresponde con a la realidad. Así pues, los mismos, relacionan al colectivo de personas mayores con muerte, enfermedad y/o dependencia. No obstante, aunque en menor medida, también aparecen mensajes positivos en relación a la vejez.

A modo de conclusión, tras un análisis de las investigaciones y/o estudios previos sobre el tema a tratar, se observa cierta evolución en las diferentes investigaciones existentes. En un primer momento se centraba más en la imagen que tenía la sociedad en su conjunto en relación a la vejez, luego se pasó a darle importancia a la imagen que las propias personas mayores tenían de sí mismos, para comprobar si la percepción de la sociedad afecta al colectivo o no, y en qué medida. Asimismo, con posterioridad y en estos últimos años, se ha pasado a analizar la imagen que muestran los medios de comunicación como una fuente básica de percepción y conformación de actitudes sociales. Por todo ello, se considera necesaria la realización de esta investigación para

valorar la importancia de los medios de comunicación en la percepción social de la vejez, ya que estos, bajo nuestro punto de vista, son creadores de conciencia.

2. Justificación

2.1 Justificación personal.

La percepción social de la vejez ha ido variando a lo largo de los años y en función de los acontecimientos históricos ocurridos. Esta es una de las causas de la realización de este estudio, conocer la imagen que tiene la sociedad sobre las personas mayores.

Los motivos que nos han impulsado a la realización del estudio, se recogen en las opiniones estigmatizantes que revela la sociedad, así como lo reflejado en los medios de comunicación, concretamente en la prensa, sobre el colectivo de personas mayores. El interés se manifiesta en la necesidad de desmontar estos mitos, ya que el colectivo de personas mayores, cada vez apuesta más por un envejecimiento activo. (Nuevo paradigma).

Asimismo, y de acuerdo con lo comentado por Bazo (1998):

“El creciente aumento de la esperanza de vida, el descenso sin precedentes históricos de la tasa de natalidad, los cambios en la estructura, en el tamaño, en las formas en la familia, los cambios en el estatus de las mujeres, la reducción creciente de las tasas de actividad laboral entre las personas de cincuenta y cinco y más años, han convertido el envejecimiento de la sociedad en una cuestión de máximo interés social.” (p. 144)

Por otra parte, otro de los motivos por el que se eligió realizar una investigación sobre las personas mayores y no sobre otro colectivo es la posible salida profesional, ya que de acuerdo con Fernández, Parapar y Ruíz (2010), se prevé que en 2050 en España, las personas mayores de 65 años, superen la cifra de cuatro millones de personas, llegando a representar más del 30% del total de la población.

En resumen, se considera necesaria una visión más positiva del colectivo de personas mayores, puesto que se tiene una falsa percepción de los adultos mayores,

considerándoles como un grupo homogéneo cuyas características están relacionadas con aspectos negativos, tales como enfermedad, dependencia, soledad, muerte, etc. Frente a esto y una de las motivaciones personales para la realización de la investigación, es desmontar estos mitos, y mostrar que tal y como indica Cívicos (2016), entre el 70 y el 80% de las personas mayores son independientes y autónomas, frente al 20-30% que se encuentran en situación de dependencia y heteronomía.

2.2. Justificación científica e interdisciplinar.

La percepción social de la vejez no ha sido tema de estudio a lo largo de nuestra historia. Es decir, años atrás no se realizaban investigaciones sobre la opinión de la sociedad hacia los adultos mayores, ya que estos eran vistos como una carga social y la actitud social predominante era el rechazo.

No obstante, en estos últimos años, en Trabajo Social se han encontrado diversas investigaciones sobre la percepción social de la vejez, en las que se concluye que existe una imagen negativa y paternalista de las personas mayores, teniendo una gran importancia los medios de comunicación en la opinión de la sociedad.

No obstante, aun existiendo diferentes investigaciones sobre el tema, y mostrando que cada vez más se está tomando conciencia sobre la estigmatización de las personas mayores, existe una gran invisibilidad de este problema, que repercute negativamente en las personas de edad avanzada.

3. Objetivos

3.1 General

- Conocer la imagen que tiene la sociedad en su conjunto sobre las personas mayores.

3.2 Específicos

- Conocer el perfil que muestra la prensa sobre las personas mayores.

4. Hipótesis

- La imagen que tiene la sociedad sobre las personas mayores, es negativa, paternalista y patologizante.
- Los medios de comunicación muestran una imagen de las personas mayores negativa, y, por tanto, puede influir en la opinión de la sociedad.

5. Metodología.

La metodología que se empleó en este proyecto, correspondió a una finalidad básica, puesto que se intentó descubrir el funcionamiento de la sociedad hacia el colectivo de personas mayores, y la imagen que la sociedad tiene sobre los adultos mayores.

La investigación se realizó con fuentes primarias y secundarias, que nos ha permitido conocer la percepción social de las personas mayores, así como la elaboración del marco teórico y conceptual. Por otra parte, destacar que la amplitud de la misma es micro, por el número de unidades de análisis y variables.

En esta investigación se ha combinado una investigación basada en una revisión bibliográfica con una investigación empírica.

Así pues, para la realización de la revisión bibliográfica la información fue buscada a través de diferentes fuentes: Por un lado, a través del punto Q de la biblioteca de la Universidad de La Laguna, se pudieron consultar diversos documentos de índole electrónica. Otro aspecto a destacar, es que para la realización del mismo, se investigó en la biblioteca virtual *Scielo*. Biblioteca formada por una colección de revistas científicas españolas de ciencias de la salud. Otras fuentes empleadas Dialnet, Google académico, Instituto nacional de Estadística, Observatorio de Personas Mayores, Instituto de Mayores y Servicios Sociales, Libro Blanco de Envejecimiento Activo, Contenido impartido en la asignatura de Trabajo Social con Mayores (2016), etc. Del mismo modo, se pudo acceder a las revistas propiciadas por el IMSERSO, *60y más*. Otra de las revistas consultadas, *Gerokomos*, Revista de Sociedad Española de Enfermería Geriátrica y Gerontología, entre otras.

Por otro lado, para una mejor búsqueda de artículos, documentos de interés, revistas de impacto, informes, etc; se hizo uso de *booleanos*, tales como: “Personas mayores and

medios de comunicación; personas mayores and estereotipos; vejez and mitos; personas mayores or tercera edad; personas mayores not dependencia...”

Asimismo, se acudió a diferentes bibliotecas de la isla (biblioteca pública de Los Realejos, Biblioteca pública de La Orotava, biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y de la Comunicación y, biblioteca de Ciencias de la Información). En resumen, los artículos de revista encontrados corresponden a un total de 9, así como 20 informes y 5 libros consultados, sumando un total de 34 referencias utilizadas.

Por otro lado, la revisión bibliográfica se ha complementado con una investigación empírica, cuyo enfoque paradigmático ha sido un enfoque hermético, en el que se utilizó la técnica cualitativa (análisis de mensajes en prensa) para conocer la imagen que esta ofrece de las personas mayores, identificando así aspectos relacionados con los “paradigmas” (‘Tradicional’, y ‘Nuevo Paradigma’), a través del tipo de mensaje dado, es decir, las connotaciones que usa (positivas o negativas). Todo ello junto con técnicas cuantitativas, a través del instrumento ficha de registro en prensa (ver anexo 1), para conocer la cantidad de mensajes en prensa en relación con personas mayores; la ubicación en la que se encuentra la noticia; dimensión; si tiene imagen o no, en caso afirmativo, si es en color o en blanco y negro, así como si la imagen que se muestra es pertinente o no pertinente (si está en relación con el texto expuesto o no); modalidad del mensaje o sección.

El análisis que se realizó a través de cuatro periódicos; dos a nivel nacional, El País y El Mundo; y dos periódicos a nivel provincial, El Día y el Diario de Avisos. La investigación se realizó desde la segunda quincena del mes de febrero hasta el mes de mayo de 2017, durante dos veces por semana en días aleatorios, para evitar posibles coincidencias con el día en el que se transmite la información. Así pues, el total de periódicos analizados fue 88, de los cuales 44 periódicos fueron nacionales y 44 provinciales, con un total de 82 mensajes analizados.

6. Marco teórico

6.1 Vejez y envejecimiento. Conceptos previos.

Pérez (2004), indica que la vejez ha sido definida como la última etapa de vida de todo ser humano. Asimismo, en nuestra sociedad, la entrada a la vejez suele situarse a los 65 años, edad de jubilación. En Canarias, “persona mayor” es considerada como toda aquella persona que supere los 60 años.

No obstante, según Alvarado y Salazar (2014), existen diferentes maneras de medir la edad de un individuo, edad cronológica, edad biológica y edad psicológica:

- Edad cronológica, es aquella edad que marca el calendario, correspondiendo al número de años transcurridos desde el nacimiento de la persona.
- Edad biológica, es la edad que tiene tu cuerpo, y que está determinada por el grado de deterioro de los órganos.
- Edad psicológica, representa el funcionamiento del individuo en cuanto a su capacidad conductual y de adaptación; es decir, la que tienes según te sientes

Desde esta clasificación destacamos que la edad de todo ser humano variará según la perspectiva desde la que se valore. Es decir, una persona que tiene 40 años, puede sentirse como un anciano, por valores psicológicos, así como una salud que no le ayuda a un bienestar adecuado; mientras que una persona con 85 años, ha apostado por un envejecimiento activo, sintiéndose capaz para desarrollar cualquier actividad que mejore su calidad de vida. Es por ello, que un número no debe estereotiparnos sobre lo que somos capaces o no de hacer.

Con respecto al concepto de envejecimiento y/o vejez, no existe una definición única del mismo. Existen numerosos autores que, a lo largo de los años, se han dedicado a definir o tratar de definirla. Así pues, según Pérez y Sierra (2009), el envejecimiento es aquel proceso gradual del deterioro de la capacidad funcional del organismo del ser humano, que trae como consecuencia la muerte.

Por otro lado, Nieto (1994), extraído de Cívicos (2016), entiende envejecimiento como un proceso de transformación no elegible por parte del ser humano, debido a cambios fisiológicos o psicológicos, entre otros; cuyo resultado es la ancianidad o vejez.

La Organización Mundial de la Salud (2009) entiende vejez como el proceso fisiológico que ocasiona cambios en las características de las especies durante todo el ciclo de la vida produciendo limitaciones en la adaptabilidad del organismo en relación con el medio.

Asimismo, según nos indica Alvarado y Salazar, (2014) envejecimiento puede definirse como” la suma de todos los cambios que se producen en el ser humano con el paso del tiempo y que conducen a un deterioro funcional y a la muerte.” (p. 58).

Para Rodríguez (2011), el envejecimiento es percibido como un proceso, que se vive de forma natural desde el nacimiento y que, por tanto, se caracteriza por los diferentes cambios en aspectos físicos, mentales, individuales y colectivos.

Todas estas definiciones, tienen en común aspectos relacionados con la vejez entendida desde el punto de vista biológico, ya que asocian el concepto con “cambio fisiológico y/o biológico”, y que por tanto, la pérdida de estas capacidades son lo que nos hace envejecer, hasta llegar a la muerte. No obstante, esta última definición, entiende la vejez, como un proceso natural, que añade aspectos mentales, individuales y colectivos. Centrándose no solo en definirla como un mero hecho biológico, sino añadiendo otros aspectos.

Por ello, se puede llegar a la conclusión de que vejez o envejecimiento, es entendido como un proceso natural por el que todo ser humano debe pasar, en el que influyen factores tanto físicos, psicológicos, individuales, colectivos u otros factores externos que lo determinen; así pues, envejecer dependerá de la persona. En definitiva, para una correcta definición de vejez, y de acuerdo con Pinazo (2005), habría que tener en cuenta que no es lo mismo ‘estar viejo’ (edad biológica), ‘ser considerado un viejo’ (edad cronológica) y/o ‘sentirse o vivir como un viejo’ (edad psicológica).

6.2. Consideraciones sobre la vejez: ‘Paradigma Tradicional y Nuevo Paradigma’.

El envejecimiento, puede ser considerado y entendido desde enfoques o miradas diferentes. Edwards (citado en Cívicos, 2012), considera la existencia de dos

paradigmas, con visiones diferentes en relación a la vejez. “Paradigma Tradicional” y “Nuevo Paradigma”

Desde el “Paradigma Tradicional” las características que definen a las personas mayores están asociadas a una visión estereotipada, negativa, paternalista y patologizante de la vejez, asociándola con la antesala de la muerte, enfermedad o dependencia, entre otras. En este paradigma, las personas mayores son consideradas como una carga social, ya que han dejado de ser productivas para la sociedad tras su jubilación; por tanto, se considera que ocasionan un gran coste social (Cívicos, 2012).

Este paradigma, está ligado a la teoría de la Desvinculación o Desconexión, y la actitud social predominante es el rechazo.

Desde la teoría de la Desvinculación, las características que definen a las personas mayores, están relacionadas con la idea de que las personas al envejecer desean desarraigarse y desconectarse socialmente. Esto se observa en algunas de las políticas destinadas a la gente mayor, así como las mismas actitudes sociales estereotipadas, que tienden a homogeneizar a las personas mayores. (Agulló, 2001).

En efecto, desde el “Paradigma Tradicional”, se muestra una imagen estereotipada de los adultos mayores. De acuerdo con Cívicos (2012), “en el trasfondo de este paradigma, hay una identificación -generalizada socialmente- entre la edad cronológica y la edad biológica.” (p. 3). Es decir, se trata a este colectivo como un grupo homogéneo y se tiene una falsa imagen sobre los mismos pensando que en su gran mayoría se encuentran en situación de dependencia y heteronomía, únicamente por su edad. En contraposición, las cifras y datos verídicos según diversos estudios nos muestran lo contrario. Es decir, las personas mayores en situación de dependencia y heteronomía representan únicamente entre el 20 y el 30 %; mientras que aquellas personas mayores independientes y autónomas, representan un mayor peso en nuestra sociedad, entre un 70 y 80% (Cívicos, 2012).

Esta última afirmación es el acento principal del denominado “Nuevo Paradigma”, donde “la vejez se asume como una etapa más del proceso evolutivo del ser humano. Las personas mayores tienen nuevos roles y funciones que desempeñar socialmente.” (Cívicos, 2012, p.4).

En este “paradigma”, se considera que las personas mayores aportan en positivo en todos los ámbitos y dimensiones.

Así pues, el mismo puede relacionarse con la Teoría de la Actividad o del Envejecimiento Exitoso y la actitud social predominante es la aceptación.

Desde la teoría de la Actividad o Envejecimiento Exitoso, según Agulló (2001), se destaca que la capacidad de permanecer activo es una de las condiciones esenciales para vivir con éxito el proceso de envejecimiento. Por otro lado, se sostiene que este proceso será más beneficioso y positivo si la persona se mantiene activa, es decir, si sigue asumiendo actividades a pesar de que estas no sean remuneradas.

Así pues, una de las premisas fundamentales de la teoría de la Actividad, es que la mayor parte de las personas mayores siguen manteniendo niveles constantes de actividad, y que el nivel de la misma, está influido por los anteriores estilos de vida y por factores socio-económicos, más que por procesos inevitables del ser humano; y, por tanto, la constancia e incluso el aumento de la realización de diversas actividades, es necesario para un envejecimiento con éxito.

“El Nuevo Paradigma”, está vinculado a romper los mitos establecidos por el paradigma tradicional, apostando por un envejecimiento activo como clave del éxito.

En resumidas cuentas, desde este último paradigma, se asume una percepción de la vejez, entendida como “una mirada más alternativa” de la vejez, teniendo una visión holística e integradora del ser humano que abarca todas las posibles dimensiones de su esencia y de su existencia -incluyendo la espiritual-, y que a su vez, está basada en las enormes posibilidades y en las potencialidades que existe en esta etapa de la vida (Cívicos, 2012).

6.3. Envejecimiento demográfico, concepto y evolución.

El envejecimiento demográfico de una población es considerado como el aumento de la proporción de personas mayores de 60 años o más en el conjunto de dicha población (Cívicos, 2016; Sánchez, 1993).

El proceso de envejecimiento de la población, no es consecuencia de un único factor ni de un único momento; así pues, es considerado como un fenómeno que se ha dado a lo

largo del siglo XX y XXI en las sociedades desarrolladas (Trinidad, 2005). Siguiendo esta línea, se destaca que son tres los factores que explican los cambios demográficos que se producen en la población: natalidad, mortalidad y migraciones (Trinidad, 2005)

Asimismo, se considera necesario destacar que una mejora de las condiciones y estilos de vida, apostando por un envejecimiento activo, así como un avance general de la Medicina, supondría un aumento de la esperanza de vida, lo que traería como consecuencia un envejecimiento de la población. La II Asamblea Mundial sobre envejecimiento, llevada a cabo en Madrid en 2002, (citado en Cívicos, 2016), llegó a una serie de conclusiones relacionadas con el concepto anteriormente comentado:

El envejecimiento demográfico mundial es prolongado e irreversible; así pues, los mayores de 60 años en el año 1950, correspondían al 8% de la población total, mientras que ya en 2009, pasaban a formar parte del 11% de la población. Asimismo, se prevé que en 2050, la población mayor corresponda al 19% del porcentaje total de la población mundial.

En España, según los datos del Padrón Continuo (INE), en el paso año 2016, hubo un total de 46.557.008 habitantes en España, de los cuales, 8.657.705 eran personas mayores (65 y más años); es decir, el 18,6 % sobre el total de la población.

Tabla 1: Número de personas mayores (65 o más años) en España 2016

	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
	2016	2016	2016
TOTAL ESPAÑA			
TOTAL EDADES			
TOTAL	46.557.008	22.843.610	23.713.398
65-69 años			
TOTAL	2.340.046	1.110.250	1.229.796
70-74 años			
TOTAL	1.965.457	907.808	1.057.649
75-79 años			
TOTAL	1.573.274	683.325	889.949
80-84 años			
TOTAL	1.425.954	573.046	852.908
85-89 años			
TOTAL	886.389	312.145	574.244
90-94 años			
TOTAL	368.545	108.789	259.756
95-99 años			
TOTAL	83.177	19.286	63.891
100 años y más			
TOTAL	14.863	3.048	11.815

Fuente: INE. INEBASE. Estadística del Padrón Continuo, 2016.

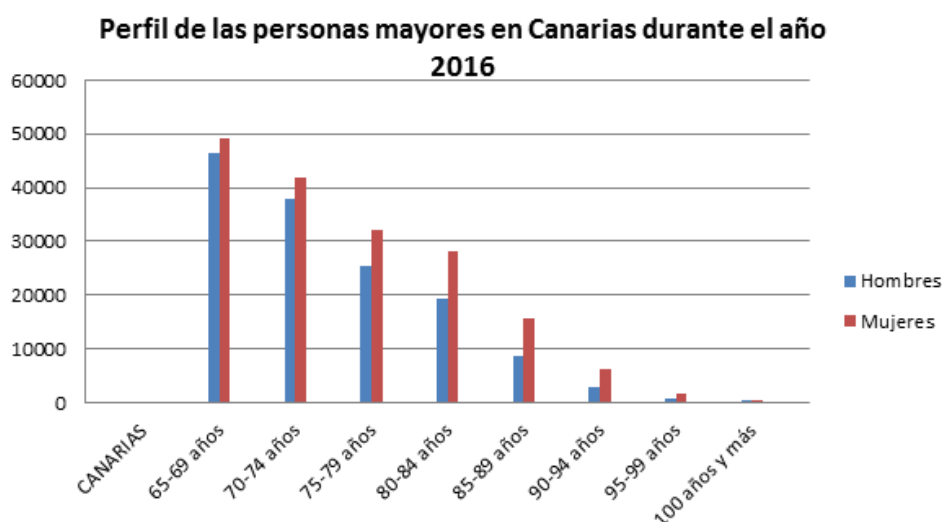
Tal y como se puede observar en la tabla 1, las personas mayores en el año 2016 en España que oscilan entre 65 y 69 años son las más abundantes, correspondiendo esta cifra a 2.340.046 personas de las 8.657.705 de personas mayores existentes en España en el pasado año (65 o más años); es decir, representan el 27%. En contraposición, se puede observar, como aquellas personas de 100 o más años, son las menos abundantes; siendo solo 14.863 personas sobre las 8.657.705; es decir, el 0,2% del total.

Por otro lado, el número total de mujeres mayores (65 o más años) en España en el año 2016, corresponde a 4.940.008 personas; el 57,06% de la población mayor; superando así la cifra de hombres mayores 3.717.697 hombres, el 42,9% del total de la población mayor. Asimismo, la gran parte de personas mayores en España tanto hombres como mujeres se encuentran en edades comprendidas entre 65-69 años.

Tras la visualización de dichos datos, se podría llegar a la conclusión de que las mujeres tienen una esperanza de vida superior a los hombres, ya que muy pocos, solo 3.048 hombres llegan a la edad de 100 años, al contrario de las mujeres, llegando a dicha edad 11.815 mayores féminas.

En Canarias, según datos del Padrón Continuo (INE), en el año 2016, el número de población existente correspondió a 2.101.924 personas, de las cuales 316.808 eran personas mayores (65 o más años).

Gráfico 2: Perfil de personas mayores en Canarias (2016)



Fuente: Elaboración propia basado en INE. INEBASE. Estadística del Padrón Continuo en Canarias, 2016.

Tal y como se puede observar en el gráfico 2, la población mayor de 65 años en Canarias es mayoritariamente femenina, correspondiendo a 175.421 mujeres, es decir, el 55,38%; frente al 44,6% de población mayor de 65 años masculina, es decir, lo correspondiente a 141.357 hombres. Por otro lado, destacar que existe una mayor diferencia entre hombres y mujeres en lo que corresponde a la edad de 80-84 años, siendo las mujeres en mayor cantidad que los hombres, y una menor diferencia entre mujeres y hombres en las edades comprendidas entre 65 y 69 años.

En resumen, destacar que tanto el ámbito nacional como local las últimas cifras que se recogen sobre demografía en el Instituto Nacional de Estadística, (INE), se muestra un porcentaje relevante de personas de 65 o más años; así pues, esto confirma lo comentado con anterioridad, a medida que pasan los años existe un mayor envejecimiento demográfico. Asimismo, en lo que respecta al sexo dominante en estas edades, las mujeres, tanto en España como en Canarias, son más numerosas que los hombres.

El envejecimiento demográfico trae consigo una serie de consecuencias, desde el punto de vista demográfico, económico, social y político.

Las consecuencias demográficas, corresponden al aumento del número de personas mayores o envejecimiento de la población adulta, entre otros. Por otro lado, desde la perspectiva económica supone un incremento del gasto sanitario y asistencial para mayores, un alargamiento del ciclo familiar y aumento del número de familias, escasez de oferta laboral de jóvenes, etc. Por último, desde el punto de vista social supone un crecimiento de un nuevo grupo social tradicional marginado (Trinidad, 2005).

A modo de conclusión, destacar que en alusión a todo lo anterior, el número de personas mayores irá en aumento con el paso de los años ya que como hemos visto, se prevé que en 2050, la población mayor corresponda al 19% del porcentaje total de la población mundial. Para ello, en contraposición a lo comentado con anterioridad sobre las consecuencias que trae un envejecimiento demográfico según Trinidad (2005), destacar que el colectivo de personas mayores realiza numerosas aportaciones en positivo a nuestra sociedad, tales como: apoyo afectivo y económico; nexo de unión en la familia; sustentadores de la unidad familiar (sobre todo en este periodo de crisis); experiencia; sabiduría; conocimiento; fomentan el empleo, no solo como consumidores (programas

de turismo social o balneoterapia), sino como dueños de negocios; fomentan la creación de programas y servicios (IMSERSO), etc.

6.4. Consideración de la vejez a través de la historia.

La concepción de la vejez ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, de tal manera que el concepto de envejecimiento que se tenía en la edad media es totalmente diferente al que se tiene en la actualidad.

6.4.1. Edad Media (V-XV).

En la Edad Media, según Martínez, Polo y Carrasco (2002), persona mayor es considerada como toda aquella persona que manifiesta debilidad, es decir, los mismos entienden que se deja de ser joven cuando no se conserva la fuerza física y se pasa a ser 'viejo'. Por tanto, en esta época, se acuña el término 'viejo' en un tono despectivo, y recurriendo a la falta de fuerza física para describirlos.

Por otro lado, basándonos en Minois (1987), en la Edad Media, prevalecía una escasez absoluta de datos cuantitativos sobre el número de personas mayores existentes; las fuentes apenas hablan de ellos. A su vez, manifiesta que casi no se tiene conciencia de lo que significa concretamente la vejez.

La percepción social de la vejez en esta época, según destaca Minois (1987), viene marcada por estereotipos, como los largos cabellos y largas barbas blancas, así como presencia de arrugas. Asimismo, (Martínez et al., 2002) indican que se tiene una imagen negativa de la vejez, donde tanto la novela como la poesía, medios de gran relevancia en esta época, se prestan a desprestigiarla

6.4.2. Edad Moderna (XV- XVIII).

La etapa de la edad moderna, viene sujeta a una imagen de la vejez marcada por la Edad Media es decir, según nos indica Martínez (2005), la percepción de la misma no varía en función a la etapa anterior. La vejez, sigue estando relacionada con la productividad, cuando la persona deja de ser productiva, pasa a ser anciano.

Por otro lado, según (Martínez et al., 2002) el papel de la mujer en la edad moderna, es diferente; la misma al envejecer pasa de ser un símbolo de belleza, a convertirse en

símbolo de fealdad y decrepitud, reflejándose esta imagen a través de la pintura y literatura.

En este período, se sigue percibiendo a los adultos mayores como una carga cuando estos dejan de ser productivos para la misma. Destacar, que ambas etapas, la edad media y moderna, adquieren una definición de la vejez que se sitúa dentro del paradigma tradicional, donde la vejez es percibida como una carga social.

6.4.3. Edad Contemporánea (XVIII- actualidad).

La edad contemporánea, según Serna (2003), viene marcada por la revolución industrial y el éxodo rural, repercutiendo negativamente en los adultos mayores. Estos últimos, y en lo referente al mundo laboral, se les considera como *no capaces de soportar el ritmo de trabajo*, ya que las personas mayores no tienen las mismas capacidades para ser eficientes en un puesto de trabajo que las personas jóvenes.

Por tanto, como nos indica la autora, podemos llegar a la conclusión de que la percepción social en los inicios de esta etapa, es de carácter peyorativo y patologizante, puesto que los limita y los categoriza como “no capaces” por su edad y su aspecto físico, lo que viene siendo conceptualizado como edadismo, es decir, según nos indica Bárcena, Iglesias, Galán y Abella (2009), en 1969, Butler definió *edadismo*, como aquellos estereotipos discriminatorios, que se sitúan en contra las personas por el simple hecho de ser mayores. Es decir, la edad cronológica, es la causa principal por la que se discrimina a los adultos mayores.

Por otra parte, el siglo XIX correspondiente a esta época (Martínez et al., 2002) destacan que en el campo de la medicina, higiene y salud, se originaron grandes avances, lo que ocasionó un aumento del número de personas mayores y una mejora de la esperanza de vida de los mismos; es por ello, que no es hasta mediados de la edad contemporánea, cuando las personas mayores van alcanzando una mayor representatividad social, lo que supuso una mejora en la percepción social de la vejez, ya que las personas mayores empezaban a envejecer activamente y con una mejor calidad de vida.

6.5. Estereotipos y vejez.

A lo largo de la historia, las personas mayores han estado marcadas por una serie de mitos y estereotipos que, a pesar de la evolución de los mismos, han categorizado a lo largo del tiempo a este colectivo.

Carbajo (2009), indica que el estereotipo puede ser definido como un conjunto de “ideas sobre las características personales de la mayoría de un grupo de personas que tienden a ser resultado de simplificaciones y son opiniones sesgadas de las que desconocemos su veracidad o falsedad.” (p.88)

Por su parte, se caracterizan por ser inexactos y generalmente despectivos, que pueden favorecer, en cierta medida, la aparición de conductas discriminatorias (Carbajo, 2009).

Por otro lado, de acuerdo con la definición anterior, según Causapié, Balbotín, Porrás y Mateo (2011) los estereotipos “son imágenes simplificadas sobre un determinado grupo social, y están vinculados y son considerados la base del prejuicio y la discriminación hacia este grupo”. (p.137)

Tal y como nos indican García y Escarbajal, (1997), la vejez, de todas las etapas por la que transcurre la vida humana, es donde se acumula una mayor cantidad de estereotipos. Partiendo de esta base, encontramos una serie de estereotipos tanto negativos, como positivos. Cuando se habla de estereotipo, generalmente, se utilizan para hacer referencia a imágenes negativas (carga social, enfermedad, muerte, etc). No obstante, también existen estereotipos positivos hacia el colectivo de personas mayores (sabiduría, experiencia, cultura, etc). (“Portal de Mayores”, 2012).

Los estereotipos negativos, son los más abundantes en nuestra sociedad, y en lo referente a las personas mayores, pueden dar pie a lo que se conoce como *Edadismo*.

El Edadismo está asociado a la imagen negativa de la vejez, acompañada de actitudes y conductas discriminatorias hacia las personas mayores, por el simple hecho de ser mayores, es decir, discriminación por su edad; llegando incluso a ser considerado como un sinónimo de la “gerontofobia” (“Portal de Mayores”, 2012).

Por su parte, (Bárcena et al., 2009), acuñan este término, como proveedor de prácticas profesionales discriminatorias, puesto que se favorece una descripción de las personas mayores errónea, basada en rasgos negativos.

Por consiguiente, una idea de Palmore (1990) leída en una publicación de “Portal de Mayores” (2012), indica una serie de características que influyen en los estereotipos:

- A). Los estereotipos parten de unas pocas características para crear una visión exacta de la realidad. Algunos de ellos son inventados, y son valorados como razonables al tener alguna parte de verdad.
- B). En los estereotipos negativos, las características positivas se omiten o no son lo suficientemente declaradas.
- C). Los estereotipos no reflejan tendencias compartidas por la mayoría u otras características positivas.
- D). Los estereotipos no proporcionan ninguna información sobre la causa de las tendencias a las que se refieren.
- E). Los estereotipos no facilitan el cambio.
- F). Los estereotipos no facilitan la observación de la variabilidad interindividual (p. 49).

En resumen, los estereotipos y prejuicios, ya sean negativos o positivos, afectan al proceso de envejecimiento, así como a las propias personas mayores y su entorno.

El estereotipo, no es sino una etiqueta que condiciona a las personas, y en concreto a las personas mayores, con más fuerza. La dependencia, fragilidad, sabiduría, enfermedad, etc, solo son algunos ejemplos de estereotipos que influyen sobre las personas mayores, privándoles de su libertad, siendo estigmatizadas por la sociedad en su conjunto. Considerando a los adultos mayores, como un grupo homogéneo, en vez de heterogéneo.

6.5.1 Estereotipos y mitos más frecuentes sobre los adultos mayores. Homogeneidad vs heterogeneidad.

La sociedad actual concibe la vejez con imaginarios negativos que enmarcan a toda la población mayor dentro de características comunes y crean, al mismo tiempo, estereotipos y mitos que disminuyen sus capacidades reales y sus derechos. Esta percepción limita además el desarrollo humano de las personas mayores y distorsiona su autopercepción, lo cual influye perjudicialmente las actitudes de la sociedad hacia los mayores y viceversa. (Rodríguez, 2011, p. 13).

Frente a esta afirmación, cabe destacar la falsa creencia sobre las personas mayores, considerándolas como un grupo homogéneo, creencia que afirma que el conjunto de adultos mayores poseen las mismas características. Por consiguiente, y de acuerdo con Miralles (2010), el proceso de envejecer es un proceso dinámico que influye de manera diferente en las personas, así pues, en función del sexo, nivel socioeconómico y educativo, contexto social y/o estilo de vida, la vejez es considerada como una experiencia que está lejos de ser una realidad homogénea; el envejecimiento, por tanto, es considerado como un proceso heterogéneo.

No obstante, partiendo de esta falsa creencia, existen una serie de mitos y/o estereotipos, que marcan al colectivo de adultos mayores en nuestra sociedad actual.

Causapié, Balbotín, Porras y Mateo, 2011; Carbajo, 2009; De Miguel, 2003; Pérez 2013; “Portal de Mayores”, 2012 y Sánchez, 2004 coinciden en que los estereotipos más habituales hacia las personas mayores son:

En primer lugar, las personas mayores son consideradas como **personas enfermas, frágiles y con grandes dosis de discapacidad funcional**. Este primer mito, es falso, puesto que según el informe del IMSERSO (1995), leído en una publicación de Pinazo (2005), se señala la existencia de una tasa de independencia de hasta el 80% de los adultos mayores de 65 años; dato que desmiente esta primera afirmación. Asimismo, en términos generales, este colectivo cada vez más ha apostado por un envejecimiento activo, lo que supondría una menor dependencia y una mejor calidad de vida.

En segundo lugar, otro de los estereotipos más frecuentes, es la **falta de memoria en las personas mayores**. A medida que incrementan los años, aumentan las pérdidas de memoria. No obstante, los adultos mayores son capaces de realizar actividades mentales con la misma capacidad que las personas más jóvenes, pero adaptadas a su edad. Sin embargo, este mito, es uno de los más asociados a las personas mayores.

En la vejez disminuye la capacidad para enfrentarse a nuevos problemas que exigen nuevas habilidades. Sin embargo, cuando las tareas que tienen que realizar exigen conocimientos previos, las capacidades se mantienen al mismo nivel que cuando eran jóvenes. De hecho, cuando se estimula adecuadamente a la persona mayor para la realización de tareas, es capaz de desarrollar nuevas

habilidades que sustituyan aquellas que se han visto mermadas con la edad.
 (“Portal de Mayores”, 2012, p.48)

En tercer lugar, **los adultos mayores son percibidos como personas que están solas y deprimidas**. Este tercer mito, es falso, ya que estos cuentan con una buena red de apoyo, tanto formal como informal, que les ayudan a mantenerse más activos.

En cuarto lugar, **los mayores son seres rígidos e incapaces de adaptarse a los cambios**. En contraposición a este mito y de acuerdo con Sánchez (2004), las personas mayores, no parecen ser menos flexibles en actitudes o estilos de personalidad que las personas más jóvenes, es por ello, que las mismas son capaces de adaptarse a los cambios. En definitiva, la capacidad de adaptación no va a depender de la edad, sino de la personalidad de cada individuo.

“Portal de Mayores” (2012), añade una serie de estereotipos que los/as autores/as anteriores no plasman. Así pues, un mito establecido por la sociedad es que **todos los mayores son iguales**. No obstante, numerosos estudios muestran como este grupo de población es el que presenta una mayor diferencia biológica, cultural, social y/o psicológica. Por tanto, hablamos de que los adultos mayores representan el sector con mayor variabilidad interindividual.

Por otro lado, encontramos el mito **las personas mayores no pueden aprender cosas nuevas**. Este estereotipo es falso, ya que cada vez más, numerosas personas de edad avanzada, apuestan por un envejecimiento activo, aprendiendo día a día lo máximo posible, acudiendo a clases de baile, cocina, música, deporte, etc, y sobre todo, adaptándose a la era de las nuevas tecnologías.

Por último, otro mito que sostiene “Portal de Mayores” (2012), es que **los mayores no tienen relaciones sexuales**. Actualmente, el tema sexual en las personas mayores, es considerado un tema tabú en nuestra sociedad. No obstante, lo cierto es que las relaciones sexuales se mantienen a lo largo de la vida, y por tanto, la edad no es un factor influyente en la falta de relaciones sexuales, como sí lo es una enfermedad grave que incapacite para ejercerlas, o alguna discapacidad que no permita la realización de las mismas.

6.5.2 Repercusión de los estereotipos sobre las personas mayores y su entorno.

Los estereotipos y mitos acerca de la vejez, mantienen una serie de consecuencias sobre las personas mayores y su entorno.

Según “Portal de Mayores” (2012), “los estereotipos asociados al envejecimiento, generan una imagen inexacta y en ocasiones errónea, además de homogeneizadora, de todos los miembros de este grupo de población, con un componente cognitivo, otro conductual y otro emocional.”(p.50).

Asimismo, una de las repercusiones más usuales de la utilización de estereotipos y/o mitos tanto negativos como positivos sobre las personas mayores, es la conocida como “profecía autocumplida”, es decir, la aceptación de hechos que no son verídicos, pero que son admitidos por la sociedad en su conjunto como tales, sintiéndose los adultos mayores presionados por la sociedad, mostrando un comportamiento y rendimiento acorde a lo esperado. Es decir, cuando una persona mayor recibe información positiva sobre su rendimiento, actuará de mejor manera que si lo que recibe es percibido como negativo; por tanto, si se espera de las personas mayores que sean pasivas y sedentarias, será más difícil animarlas para promover un envejecimiento activo (ejercicio físico, alimentación saludable, ocio y tiempo libre, etc) (“Portal de Mayores”, 2012; Causapié, Balbotín, Porrás y Mateo, 2011).

Por su parte, según Causapié, Balbotín, Porrás y Mateo (2011), los estereotipos no solo repercuten en el individuo, es decir, en la propia persona mayor, sino que también generan efectos sobre el grupo de cuidadores y sobre el amplio contexto social.

Por un lado, en lo referente al grupo de cuidadores, se considera que los grupos de profesionales-médicos/as, trabajadores/as sociales, psicólogos/as...son los que generan actitudes y estereotipos más negativos hacia este colectivo. Así pues, se destacan dos mecanismos como generadores principales de estereotipos y actitudes negativas en los/as profesionales. Por un lado, el mecanismo cognitivo, por el cual se trata al colectivo de personas mayores como un grupo homogéneo, estableciendo una generalización del mismo, debido en cierta medida a la escasa información que tienen los/as profesionales sobre el proceso de envejecimiento y los diferentes tipos existentes. En segundo lugar, encontramos el mecanismo que hace referencia a la sobrecarga de trabajo que establecen los/as profesionales del sector, lo cual, trae como consecuencia

principal situaciones de estrés; lo que conllevaría a un trato inadecuado por parte de estos profesionales hacia el colectivo, generando estereotipos negativos sobre la vejez y el proceso de envejecimiento (Causapié, et al., 2011).

En resumen, los estereotipos tanto positivos como negativos, repercuten en las personas mayores y su entorno, así pues, establecer una imagen equívoca sobre este colectivo, tal y como observamos, puede resultar perjudicial en todos los ámbitos para la propia persona mayor. En esta línea, los/as profesionales del sector, tenemos un gran peso ya que somos promotores del cambio; por ello, el estrés o la sobrecarga del trabajo, son aspectos que debemos evitar, para así trabajar con una mayor efectividad y comprender que la heterogeneidad es una característica fundamental de cualquier grupo social, y en concreto, de los adultos mayores.

6.6 Autopercepción de los adultos mayores

La percepción social de la vejez, incluye tanto a las actitudes que tiene la sociedad en su conjunto hacia las personas mayores, (estereotipos, prejuicios, mitos, conductas discriminatorias...) como la propia autoimagen (Pinazo, 2005).

Así pues, Pinillos (1994) citado en Pinazo (2005) destaca la siguiente premisa “Uno acaba por ser lo que cree que es, y lo que cree que es depende muchas veces de lo que dicen que es, de lo que los demás están diciendo que es” (p. 15).

En coherencia con Pinazo (2005), las personas mayores, en términos generales, no se identifican con la imagen de la vejez ofrecida por la sociedad en general, ya que la misma lleva a cabo estereotipos negativos ligados a la expresión “personas viejas”, y por tanto, este colectivo no se considera como personas que sufren decadencia, o personas enfermas. No obstante, las propias personas mayores, al no auto percibirse de esa manera, consideran que “las personas viejas, en situación de decadencia, dependencia o enfermas, son las otras”.

No obstante, Bazo (1990) citado en Pinazo (2005), hace referencia a una investigación realizada por la misma, en la que se preguntó a un grupo de personas mayores, cuándo una persona podía considerarse mayor. Los resultados de la misma fueron sorprendentes:

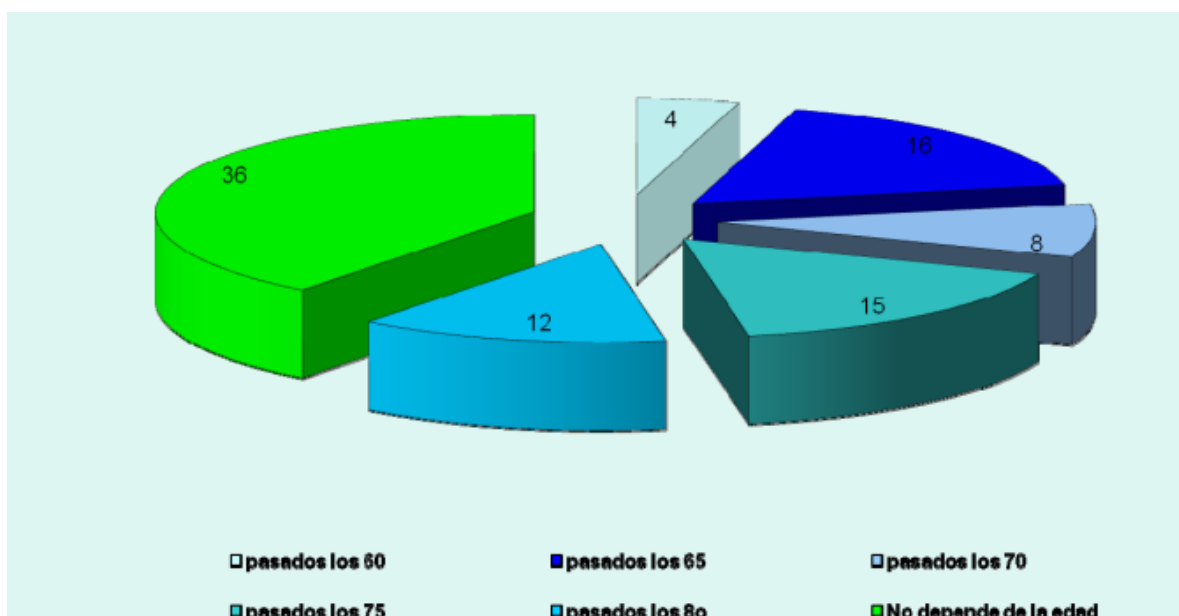
Bazo (1990), extraído de Pinazo (2005)

Cuando ‘uno ya no vale para nada’ (34%), ‘Cuando se tienen muchos años’ (25%), ‘Cuando ya no se tiene ilusión por nada’ (24%); un 5% considera que el umbral de la vejez se da ‘A partir de los 65 años’; un 3% encuentra que es ‘La jubilación’; y un 8% de los encuestados piensa que ‘No se es anciano nunca’ (p. 11).

Tal y como se puede observar en los datos anteriores, en 1990, la percepción que tenían de sí mismos/as, en su gran mayoría -34%- correspondía a que eran mayores aquellas personas que “no valían para nada”. En contraposición a uno de los estereotipos más usuales para referirse al colectivo de mayores, *el edadismo*, un 25% de los propios adultos mayores, se consideran mayores “cuando tienen muchos años”. Asimismo, únicamente un 5%, la vejez “se sitúa a los 65 años”.

Frente a esto, el Instituto de Mayores y Servicios Sociales, IMSERSO, en 2010, realizó una encuesta para conocer a qué edad se era mayor, y los resultados fueron sorprendentes:

Gráfico 3: Autopercepción de la edad en los adultos mayores.



Fuente: Ministerio de Sanidad y Política Social. IMSERSO (2010).

Como bien se puede observar en el gráfico 3, las propias personas mayores, consideran en su mayoría, un 36%, que ser mayor no tiene relación con la edad. Frente a estos datos, únicamente un 4% consideran que un individuo es mayor cuando cumple los 60 años de edad; un 16% pasados los 65 años; un 8% acuña que pasados los 70; por su parte, un 15% asume que pasados los 75 una persona es considerada como mayor; y por último, los 80 años es un aspecto que un 12% de la población mayor encuestada toma como ítem para considerar a una persona como mayor.

Las personas mayores tienen una imagen de sí mismas saludable, útil alegre, mostrando una actitud de satisfacción personal y considerando que tienen una buena salud e incluso llegando a manifestar que tienen una vida mejor que la de sus progenitores a su edad. Asimismo, se destaca que un 36% de las personas mayores, no consideran que ser mayor dependa de la edad. (Causapié et al., 2011).

Garay y Avalos (2009), añaden a esta concepción de autopercepción de la vejez, como una etapa más de su vida, prevaleciendo los aspectos positivos frente a los negativos, puesto que esta etapa es considerada como una oportunidad de tener tiempo libre y descansar.

Un aspecto importante que destacan Candás y García (2006), leído en una publicación de Garay y Avalos (2009), es la afirmación que indica que las personas mayores, perciben de sí mismos que los jóvenes los visualizan como personas no útiles y molestas, siendo este el motivo por el que los ignoran y los marginan socialmente. No obstante, los mismos inciden en que existen jóvenes que se comportan adecuadamente frente a ellos, mostrando actitudes afectivas, sin discriminar y ofreciendo un respeto.

Frente a todo lo comentado con anterioridad, y de acuerdo con Fornós (2000), citado en Garay y Avalos (2009), hace referencia a que no puede existir una única autoconcepción de la vejez, puesto que esta variará en función de las vivencias y los aspectos socioculturales de cada individuo.

No obstante, independientemente de que la autopercepción de cada individuo sea diferente, existen unos aspectos generales que caracterizan la autoconcepción de la vejez. En su gran mayoría, no se consideran personas mayores debido a los estereotipos que establece la propia sociedad sobre los ítems que marcan el paso a una edad avanzada. Así pues, los adultos mayores, como destaca Pinazo (2005), no se

consideran “personas viejas” y adjudican el término “viejo” a los otros; es decir, lo proyectan en las otras personas, no en sí mismos/as. La autopercepción las personas mayores es positiva, se consideran personas saludables, alegres y felices, por lo que esta autopercepción se sitúa en contraste con la percepción social de la vejez.

6.7 Influencia de los medios de comunicación en la percepción social de la vejez y la propia autopercepción.

Los medios de comunicación representan una fuente de información muy importante en la imagen que se da de las personas mayores en la actualidad.

La imagen de este colectivo ha variado en función de la aceptación de este grupo social como heterogéneo. Así pues, y de acuerdo con (Causapié, et al., 2011).no hay una única imagen social de las personas mayores, aunque lo que muestran los medios de comunicación es lo contrario. Es decir, estos últimos, asocian la vejez a los estereotipos de pasividad, enfermedad, declive y falta de autonomía personal. No obstante, los mismos manifiestan que frente a esta imagen negativa, se empieza a transmitir a partir de valores más positivos, relacionando a los adultos mayores con niveles de actividad elevados, autonomía, saludables y participativas en la sociedad.

De acuerdo con Díaz (2015), la relación entre las personas mayores y los medios de comunicación no es la adecuada, puesto que según refiere la misma, la presencia es escasa e inadecuada. La autora destaca que los adultos mayores están poco presentes y que cuando aparecen en los medios, la imagen habitual es de personas con la salud muy deteriorada y/o personas que no pueden valerse por sí mismas, y por tanto, lo que muestran los medios es que las mismas necesitan ayuda o vivir en residencias que cubran sus necesidades. De modo excepcional, aparece este colectivo de manera positiva, logrando realizar tareas o actividades propias de cualquier edad con éxito.

En resumen, Díaz (2015) indica que “los medios de comunicación presentan una imagen homogénea: todas las personas por el hecho de ser mayores son iguales.” (p.1).

Por su parte, (Causapié, et al., 2011).indican lo siguiente:

La manera como se presenta a las personas mayores en los medios de comunicación es fundamental para promover su autonomía personal e independencia. Reflejar su realidad actual, y, por tanto, su heterogeneidad, y diversidad, su aportación social y económica, su satisfacción con su vida, contribuirá a estimular una buena imagen social en la que se reconozcan. (p.357).

En esta línea, se precisa destacar que la transmisión de los medios de una imagen basada en estereotipos negativos, acarrea una serie de consecuencias, ya que la realidad es considerada como una construcción social, que se forma en gran medida en los medios de comunicación. Díaz (2015).

Así mismo, (Causapié, et al., 2011).refieren que en los medios de comunicación, tanto en prensa, radio así como televisión, las personas mayores vienen reflejadas en estereotipos negativos. Aparecen como protagonistas de páginas de sucesos, siempre cargadas de aspectos negativos (abandono, muerte, soledad, accidente, ayudas, etc); aparecen también como personas con grandes problemas de salud, con capacidades mínimas para valerse por sí mismos/as; y puntualmente aparecen como individuos beneficiarios de programas de Termalismo o Balneoterapia.

El lenguaje en los medios de comunicación, es otro aspecto importante a destacar, es decir, la importancia del tipo de vocabulario empleado, así como las intenciones con la que se quiera transmitir, tiene especial importancia en la imagen que se proyecta sobre las personas mayores. En esta línea, en el Libro Blanco de Envejecimiento Activo (2011), se destaca que los medios de comunicación, muestran un lenguaje protector, paternalista, y en ocasiones, hasta faltas el respeto a este colectivo.

La ideología de los medios de comunicación, ya sea programas de televisión, programas de radio y/o prensa, es otro factor que influye en percepción de los mayores a través de los medios.

Tal y como indican Santamaría, López de Miguel, López y Mendiguren (2001) los medios con ideologías más progresistas, asocian la vejez con experiencia, mostrando una imagen sobre las personas mayores más cercana, resaltando la identidad de la persona protagonista de la noticia, sus vivencias así como su biografía. Por otra parte, los medios más conservadores, muestran una imagen de la vejez más estereotipada, exponiendo una imagen de los adultos mayores homogénea, sin voz ni identidad propia.

No solo es importante el lenguaje y la ideología del medio de comunicación, (Santamaría et al., 2001) añaden que también es de relevancia el ámbito en el que se transmite; así pues, en lo referente a la prensa, aquellos periódicos de ámbito nacional, ofrecen una imagen más distante de las personas mayores, que aquellos periódicos de ámbito autonómico. Esto se debe a que gestionan una visión más empática, mostrando una imagen más afectiva y cercana, llegando incluso a ofrecer identidades propias.

Por otro lado, y a modo de conclusión, según “Portal de Mayores “(2012), en 2005, se llevó a cabo un seminario organizado por el IMSERSO, y la Universidad Menéndez Pelayo en Santander, donde las personas mayores elaboraron una serie de propuestas para que los medios de comunicación mostraran una imagen de este colectivo acorde a la realidad, sin basarse en estereotipos que los limiten y categorice. Así pues, las propuestas que se establecieron fueron las siguientes:

- Mostrar el envejecimiento como una etapa más de la vida, rescatando los valores que encarnan las personas mayores como la serenidad, la experiencia, el respeto, la independencia o la memoria.
- Incluir a las personas mayores como parte de la población en plano de igualdad con los demás colectivos, en todo tipo de información.
- Evitar el lenguaje peyorativo, paternalista y discriminatorio, que contribuye a reforzar los estereotipos sociales sobre las personas mayores. Propiciar desde los medios el tratamiento de los temas con una perspectiva intergeneracional.
- Dar voz a los mayores como ciudadanos independientes y protagonistas de sus propias vidas.
- Acabar con su invisibilidad recurriendo a ellos como fuente informativa. (“Portal de Mayores”, 2012, p.51)

7. Resultados

En este apartado se expondrán los resultados de la investigación empírica realizada en relación con la percepción social de la vejez. A continuación, veremos los resultados obtenidos sobre la percepción social de las personas mayores y/o la vejez según diferentes autores.

PERCEPCIÓN SOCIAL DE LAS PERSONAS MAYORES	
Causapié, Balbotín, Porras y Mateo (2011)	<ul style="list-style-type: none"> • Deterioro de memoria, rígidas e inflexibles, menos activas, son como niños, son irritables, son seniles, peores en el trabajo, dependiente, enfermo, triste, sabiduría, experiencia.
Carbajo (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Deterioro físico, senilidad, enfermedades, deterioro de habilidades, déficit de atención, inutilidad, aislamiento, improductividad, desvinculación respecto a los intereses sociales y relacionales comunitarios, jubilación, pobreza, asilo, abandono, soledad.
De Miguel (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo homogéneo, depositarios del conocimiento y sabiduría, soledad, aislamiento, enfermedad, fragilidad, dependen de otras personas, graves deterioros cognitivos, depresión, rígidos.
Pérez (2013)	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas de salud, deterioro de memoria, discapacidades físicas, muerte, enfermedad, dependencia, incapacidad, inutilidad, sabiduría, aprendizaje, conocimiento, experiencia, paciencia, vulnerabilidad, tiempo libre.
“Portal de Mayores”, (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Homogeneidad, enfermedad, dependencia funcional, fragilidad, soledad y aislamiento, demencia, rigidez, inadaptación a los cambios, sin capacidades para trabajar, no pueden aprender cosas nuevas, no tienen relaciones sexuales.
Sánchez (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedad, discapacidades, fragilidad, carencia de recursos sociales, soledad, depresión, deterioro cognitivo, trastornos mentales, senilidad inevitable, rigidez.

Fuente: Elaboración propia (2017)

- **IMAGEN DE LAS PERSONAS MAYORES EN LA PRENSA.**

En este apartado se podrá observar los resultados obtenidos tras la realización de la investigación empírica en relación con la imagen que muestra la prensa de las personas mayores.

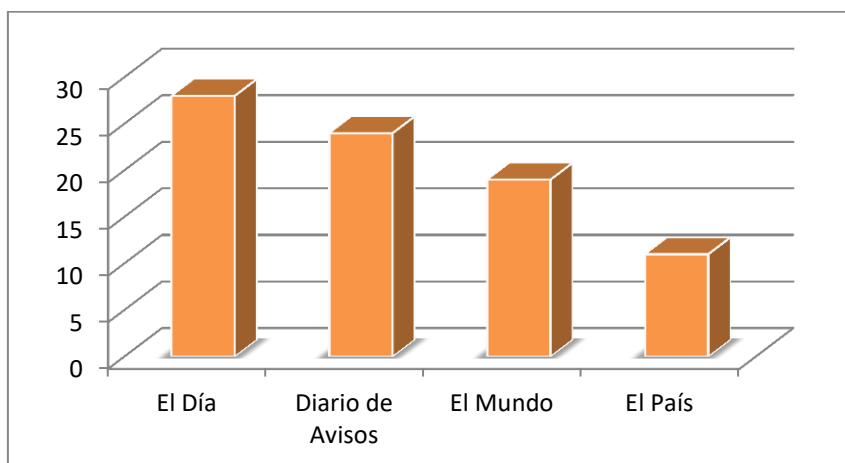
Por un lado, veremos la cantidad de mensajes en prensa en relación con personas mayores, la ubicación del mensaje, dimensiones, modalidad o sección, entre otras. Y por otro lado, la imagen que muestra la prensa de las personas mayores y/o la vejez, así como las palabras que en mayor y menor cantidad se emplean para referirse a los adultos mayores.

Tabla 2: Número de mensajes en prensa relacionados con personas mayores.

	Frecuencia	Porcentaje
El Día	28	34%
Diario de Avisos	24	29%
El Mundo	19	23%
El País	11	13%
Total	82	100%

Elaboración propia (2017).

Gráfico 4: Número de mensajes en prensa relacionados con personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Como se puede observar en la tabla 2 y el gráfico 4, el número total de mensajes en prensa relacionados con personas mayores corresponden a un total de 82. Asimismo, el Día, es el periódico que más mensajes recoge sobre personas mayores (28 mensajes),

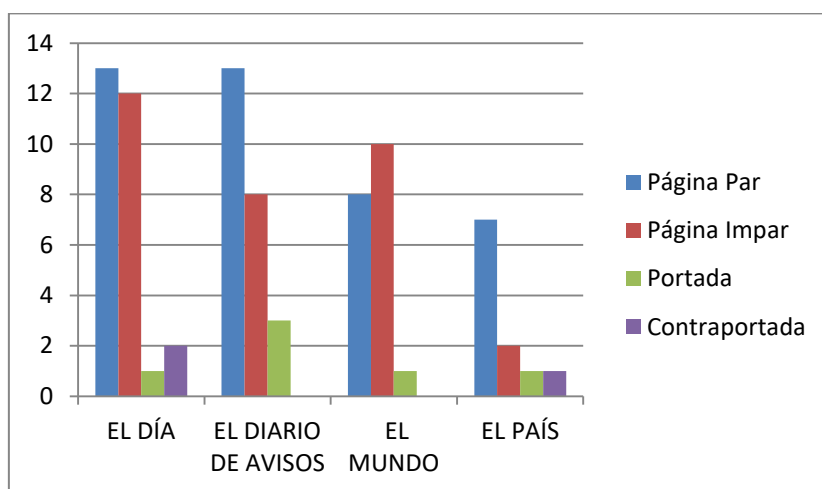
seguido del Diario de Avisos con 24 mensajes. Por otro lado, El Mundo y El país, fueron los periódicos con menos mensajes relacionados con personas mayores, correspondiendo a 19 en el Mundo y 11 en el caso del periódico el País.

Tabla 3: Ubicación del mensaje según la página en relación con personas mayores.

		EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
NÚMERO DE PÁGINA	Página par	13	13	8	7	41 50%
	Página impar	12	8	10	2	32 39,02%
	Portada	1	3	1	1	6 7,31%
	Contraportada	2	0	0	1	3 3,6%
TOTAL		28	24	19	11	82 100%

Fuente: Elaboración propia (2017).

Gráfico 5: Ubicación del mensaje según la página en relación con personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Tal y como se observa en la tabla 3 y gráfico 5 la ubicación del mensaje según la página, 41 mensajes en relación con personas mayores se sitúan en páginas pares, lo que corresponde al 50% del total; 32 mensajes en páginas impares, 39,02% del total, 6 mensajes ubicados en la portada, 7,31% del total, y solo 3 mensajes se encuentran situados en la contraportada, el 3,6% del total de mensajes en prensa. Asimismo, destacar que tanto el periódico El Día como el Diario de Avisos, periódicos provinciales, son los que mayor número de mensajes relacionados con personas

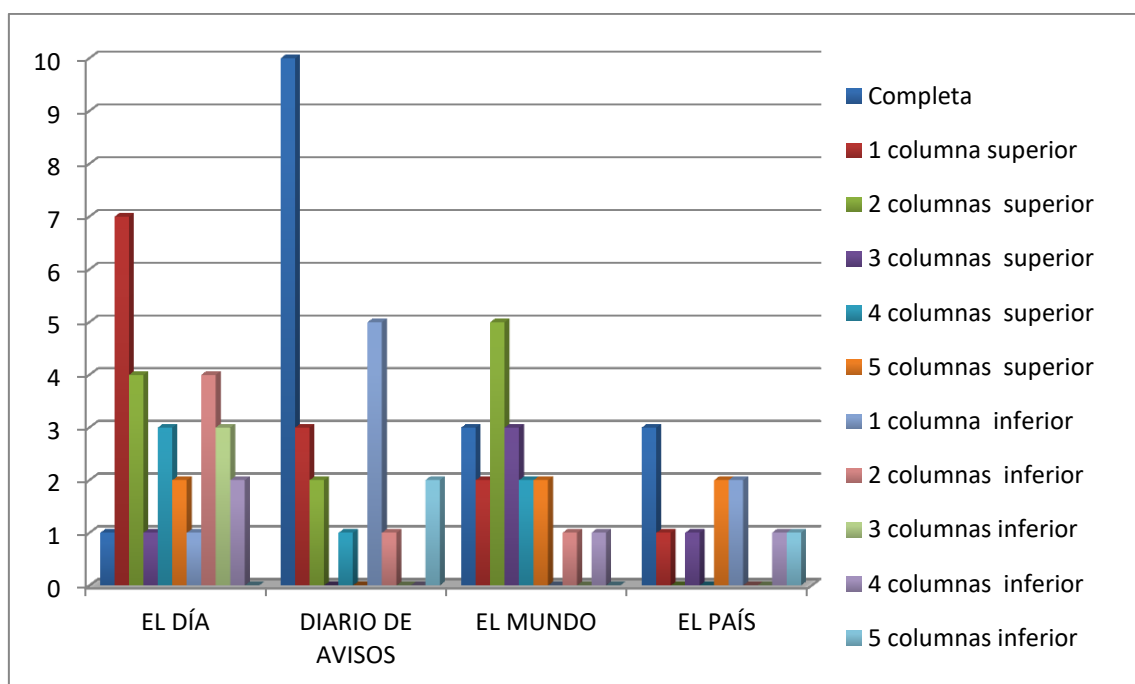
mayores ubican en páginas pares, seguidos del periódico El Mundo y El País. En lo referente a las páginas impares, como bien se puede observar en el gráfico, El Día es el periódico que cuenta con mayor número de mensajes en estas páginas, seguido de El Mundo, Diario de Avisos y El País. El número de mensajes situados en la portada y contraportada, es menor que los situados en páginas pares e impares. Así pues, en la portada, el Diario de Avisos es el periódico que mayor número de mensajes tiene en esta ubicación, con un total de 3. La contraportada es la única ubicación donde en los periódicos El Diario de Avisos y El Mundo no encontramos ninguna noticia en relación con personas mayores. Por el contrario, el periódico El Día cuenta con un total de dos mensajes ubicados en la contraportada, seguida del periódico EL País, con un único mensaje.

Tabla 4. Dimensión del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.

			EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
DIMENSIÓN DEL MENSAJE	COMPLETA		1	10	3	3	17 20,73%
	PARTE SUPERIOR	1 Columnas	7	3	2	1	13
		2 Columnas	4	2	5	0	11
		3 Columnas	1	0	3	1	5
		4 Columnas	3	1	2	0	6
		5 Columnas	2	0	2	2	6
	TOTAL PARTE SUPERIOR						41 50%
	PARTE INFERIOR	1 Columnas	1	5	0	2	8
		2 Columnas	4	1	1	0	6
		3 Columnas	3	0	0	0	3
		4 Columnas	2	0	1	1	4
		5 Columnas	0	2	0	1	3
	TOTAL PARTE INFERIOR						24 29,26%
	TOTAL			28	24	19	11

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 6. Dimensión del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017).

Tal y como podemos observar en la tabla y gráfico anterior, en relación con la dimensión de la página del mensaje, el 50% de los mensajes se sitúan en la parte superior de la página, el 29,26% en la parte inferior, frente al 20,73% cuyas dimensiones abarcan la página completa. Tanto en la parte superior, como en la inferior, la mayoría de los mensajes ocupan 1 columna (13 mensajes en la parte superior y 8 en la parte inferior). No obstante, existen diferencias entre periódicos.

En el periódico El Día, se sitúan la mayoría de los mensajes en una única columna en la parte superior. Asimismo, no existe ningún mensaje cuyas dimensiones abarquen en 5 columnas en la parte inferior. (Anexo 2, gráfico 13).

En el Diario de Avisos, (anexo 2, gráfico 14) se puede observar que existe una gran cantidad de mensajes cuyas dimensiones abarcan la página completa. Asimismo, otro de los datos a destacar en este gráfico, es la ausencia de mensajes de diferentes dimensiones como son, 3 columnas en la parte superior, 5 columnas en la parte superior, 3 en la parte inferior, así como, 4 en la parte inferior de la página.

Por su parte, en el periódico El Mundo las dimensiones de la mayoría de los mensajes corresponden a 2 columnas en la parte superior, frente a 1, 3, y 5 columnas en la parte inferior, donde no se han registrado mensajes en esas dimensiones como podemos comprobar en el anexo 2, gráfico 15.

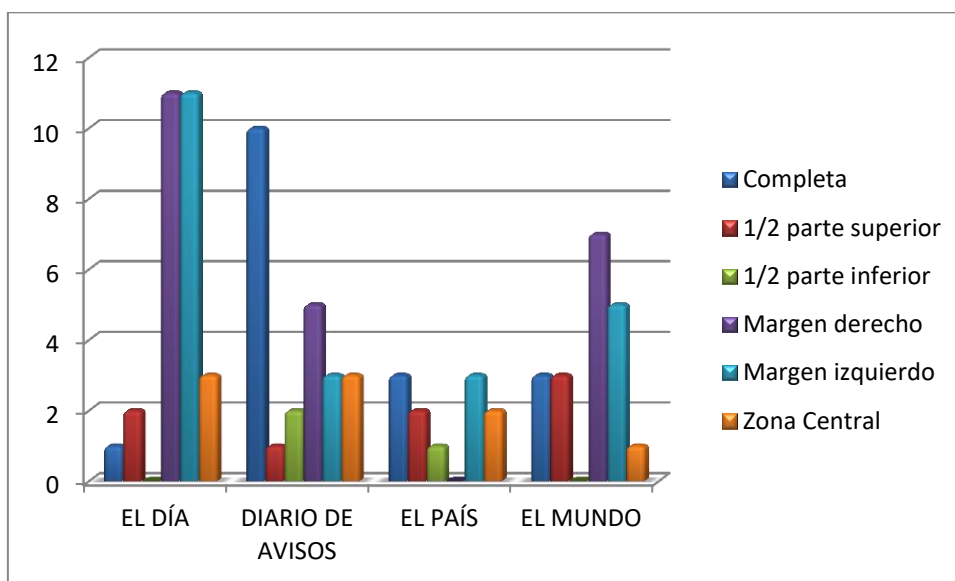
Por último, en el periódico El País, (anexo 2, gráfico 16), la mayoría de los mensajes se sitúan en la página completa, coincidiendo así, con los mensajes del periódico El Diario de Avisos. Por su parte, las dimensiones en las que no se sitúa ningún mensaje, son diversas: 2 y 4 columnas en la parte superior, así como 2 y 3 columnas en la parte inferior.

Tabla 5. Ubicación del mensaje en prensa en relación con las personas mayores según la dimensión.

		EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
UBICACIÓN DEL MENSAJE SEGÚN LA DIMENSIÓN	Completa	1	10	3	3	17 21%
	½ parte superior	2	1	3	2	8 10%
	½ parte inferior	0	2	0	1	3 4%
	Margen derecho	11	5	7	0	23 28%
	Margen izquierdo	11	3	5	3	22 27%
	Zona central	3	3	1	2	9 11%
TOTAL		28	24	19	11	82 100%

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 7. Ubicación del mensaje en prensa en relación con las personas mayores según la dimensión.



Fuente: Elaboración propia (2017)

En la tabla 5 y gráfico 7, podemos observar que la mayoría de los mensajes en prensa en relación con las personas mayores durante la segunda quincena del mes febrero hasta principios del mes de mayo del año 2017, se sitúan en el margen derecho de la página (28%), un 27% de los mensajes se sitúa en el margen izquierdo de la página. Asimismo, un 21% se ha ubicado en la página completa, frente a un 10% en la mitad superior, 11% en la zona central de la página, y un 4% en la mitad inferior.

No obstante, en función del periódico que analicemos va a variar su ubicación (página completa, parte superior, parte inferior, margen derecho, margen izquierdo o zona central), según las dimensiones (1, 2, 3, 4 o 5 columnas).

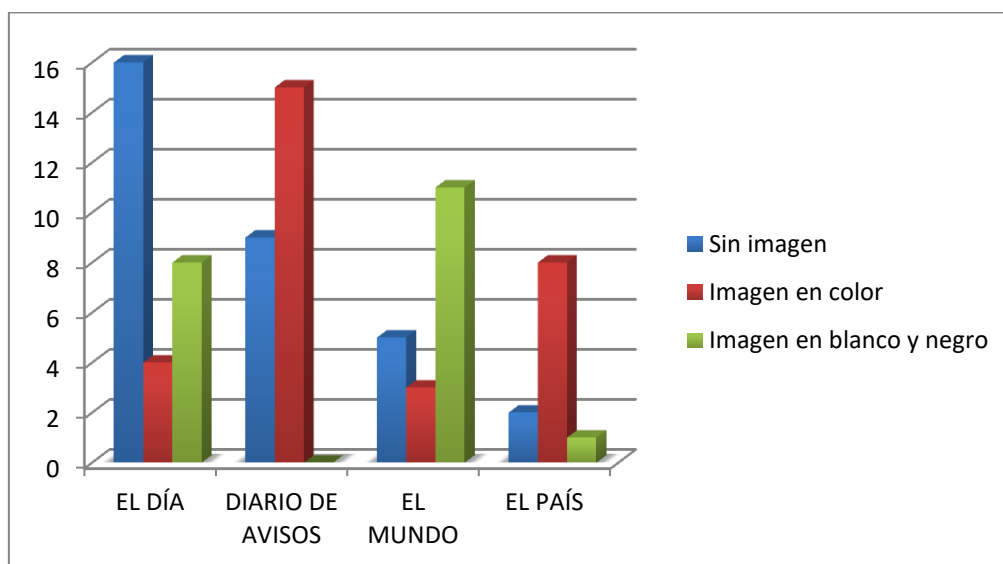
Así pues, en el periódico El Día, se puede observar que en su mayoría los mensajes en relación con personas mayores, se sitúan en el margen derecho y margen izquierdo, con una ausencia de mensajes en la parte inferior de la página. En El Diario de Avisos, la mayoría de los mensajes se sitúan en la página completa, frente a una minoría situada en la mitad superior de la página. Asimismo, si nos situamos en el periódico El País, no existen mensajes ubicados en el margen derecho, la mayoría de los mensajes se sitúan entre el margen izquierdo y la página completa. Por último, en el periódico El Mundo, gran parte los mensajes en relación con personas mayores se ubican en el margen derecho de la página.

Tabla 6. Imagen del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.

		EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
IMAGEN	Sin imagen	16	9	5	2	32 39%
	Imagen en color	4	15	3	8	30 37%
	Imagen en blanco y negro	8	0	11	1	20 24%
TOTAL		28	24	19	11	82 100%

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 8. Imagen del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Tal y como se puede observar en la tabla 6 y gráfico 8, la presencia de imagen en los mensajes varía en función del periódico analizado, así como la presencia de imágenes en blanco y negro y/o color. En términos generales, la presencia de imágenes en los mensajes, corresponde a un 61%, de las cuales el 37% son el color y 24% en blanco y negro. Asimismo un 39% de los mensajes no disponen de imágenes.

En esta línea, destacar que los mensajes correspondientes al periódico El Día, en su mayoría, no disponen de imágenes. Por otro lado, el Diario de Avisos, es el periódico que más cantidad de mensajes están acompañados de imagen en color. Por último,

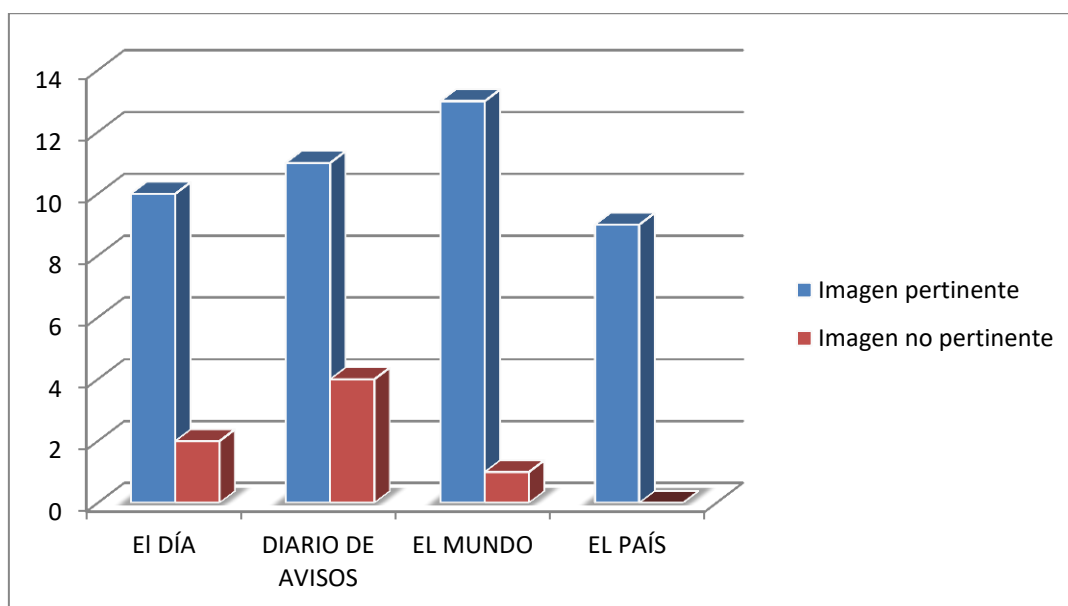
destacar que los mensajes analizados en el periódico El Mundo, en su mayoría están acompañados con imagen en blanco y negro.

Tabla 7. Imagen pertinente o no del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.

		EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
IMAGEN	Imagen pertinente	10	11	13	9	43 86%
	Imagen no pertinente	2	4	1	0	7 14%
TOTAL		12	15	14	9	50 100%

Fuente Elaboración propia (2017)

Gráfico 9. Imagen pertinente o no del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Por último, no solo es importante destacar si existen imágenes que acompañan a los mensajes, sino si estas tienen relación con el mensaje expuesto. Es decir, imágenes pertinentes (sí tienen relación con el texto) e imágenes no pertinentes (no tienen relación con la imagen). En este sentido, como bien se puede observar la tabla 7 y gráfico 9, el 86% de las imágenes que acompañan al mensaje son pertinentes, frente al 14% que no son pertinentes. El Mundo, es el periódico que tiene mensajes en relación con personas mayores con más imágenes pertinentes (13), y el periódico El País, el que menos, con

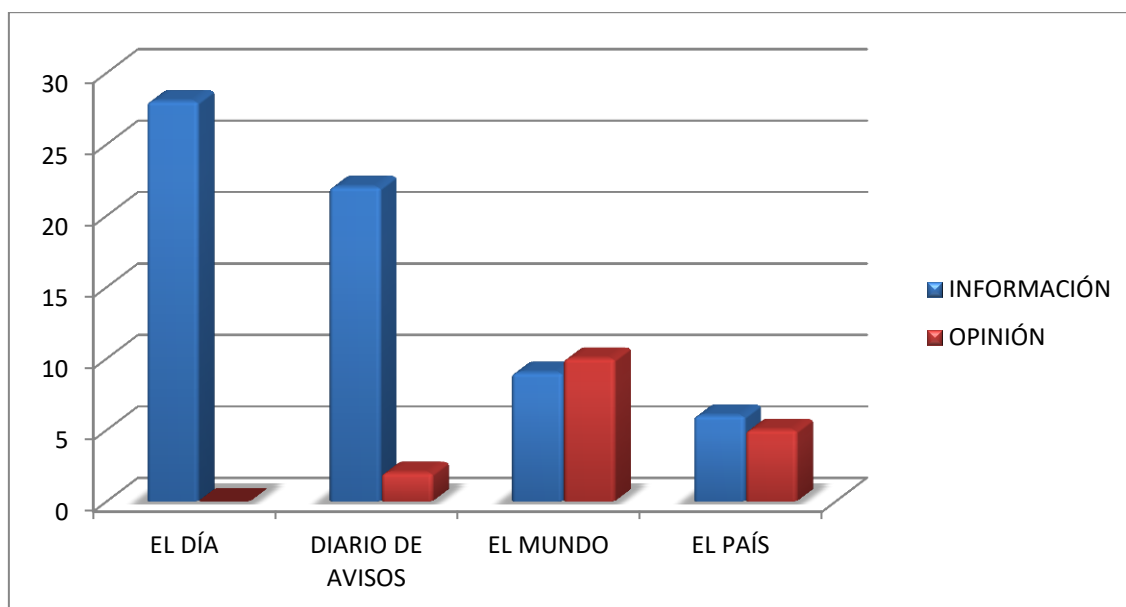
solo 9 imágenes pertinentes. Asimismo, El Diario de Avisos, es el que más cantidad de mensajes están acompañados de imágenes no pertinentes (4), frente al periódico El País, con ninguna imagen no pertinente.

Tabla 8. Modalidad del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.

		EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
MODALIDAD	Información	28	22	9	6	65 79%
	Opinión	0	2	10	5	17 21%
TOTAL		28	24	19	11	82 100%

Elaboración propia (2017)

Gráfico 10. Modalidad del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017)

En la tabla 8 y gráfico 10, se puede observar que en lo referente a la modalidad de los mensajes sobre personas mayores, el 79% corresponde a Información, frente a un 21% de Opinión. Asimismo, todos los mensajes analizados en el periódico El Día son de Información. El Diario de Avisos, cuenta con un total de 22 mensajes cuya modalidad también es de Información, frente a solo 2 de Opinión. Por otro lado, el periódico el Mundo cuenta con un total de 9 mensajes cuya modalidad es Información, y con 10

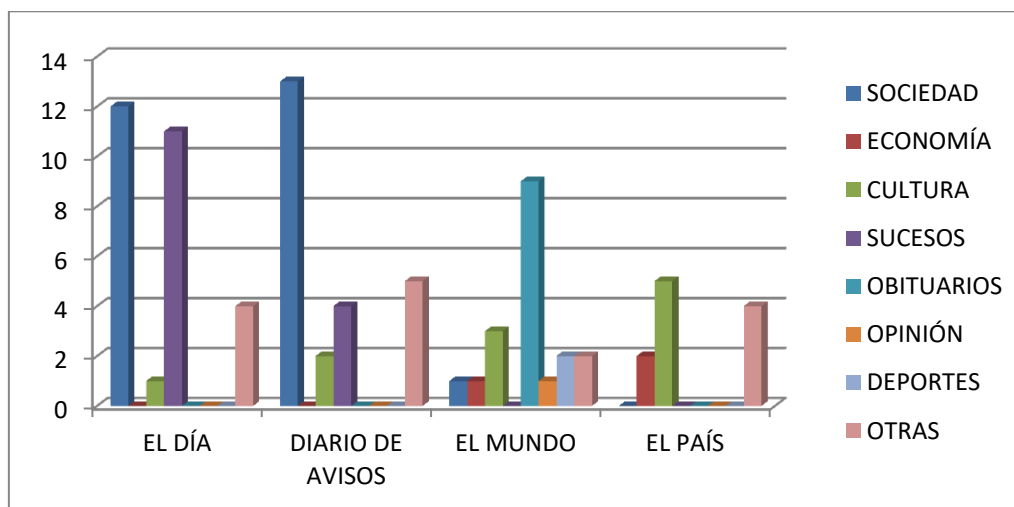
mensajes de Opinión. Por último destacar que el periódico El País, cuenta con un total de 6 mensajes cuya modalidad es Información, y con 5 mensajes de Opinión.

Tabla 9. Sección en la que aparece el mensaje en prensa en relación con las personas mayores.

		EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
SECCIÓN	SOCIEDAD	12	13	1	0	26 32%
	ECONOMÍA	0	0	1	2	3 4%
	CULTURA	1	2	3	5	11 13%
	SUCESOS	11	4	0	0	15 18%
	OBITUARIOS	0	0	9	0	9 11%
	OPINIÓN	0	0	1	0	1 1%
	DEPORTES	0	0	2	0	2 2%
	OTRAS	4	5	2	4	15 18%
TOTAL		28	24	19	11	82 100%

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 11. Sección en la que aparece el mensaje en prensa en relación con las personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Tal y como se puede observar en la tabla 9 y gráfico 11, la secciones en las que aparecen los mensajes en prensa en relación con las personas mayores durante el mes de febrero, marzo y abril del año 2017, se sitúan diferentes secciones.

El 32% de los mensajes se encuentran en la sección de sociedad, un 18% en sucesos, un 13% de ellas se sitúan en la sección de cultura, un 11% en obituarios, el 4% de los mensajes se hallaron en la sección de economía, un 2% en deportes, y únicamente un 1% en opinión, el 18% restante de mensajes se sitúan en otras secciones como son portada, contraportada, actualidad, etc.

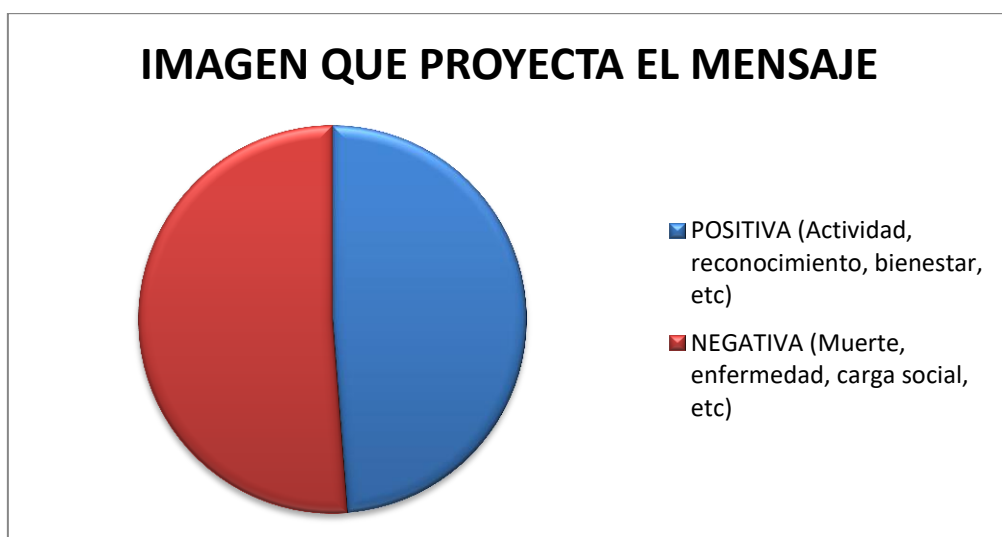
En función del periódico en el que se encuentre el mensaje, la ubicación varía considerablemente. Es decir, los mensajes en el periódico El Día, (12 de 28) se situaron en la sección de sociedad, seguidas de 11 en sucesos, 4 en otras secciones y solo una en cultura (anexo 3, gráfico 17). Por otro lado, la mayoría de los mensajes en relación a personas mayores en el periódico El Diario de Avisos (13 de las 24) se encuentran en la sección de sociedad, 4 de ellos en sucesos, 2 en cultura y 5 en otras secciones (ver anexo 3, gráfico 18). Por su parte, en el periódico El Mundo, 9 de los 19 mensajes pertenecen a la sección de obituarios, 3 mensajes en la sección de cultura, 2 a deportes, y solo un mensaje se sitúa en la sección de sociedad, y otro en la sección de economía (anexo 3, gráfico 19). Por último, en el periódico El País, 5 mensajes de los 11 totales se sitúan en la sección de cultura, 4 en otras secciones, y solo 2 mensajes en la sección economía (anexo 3, gráfico 20)

Tabla 10. Imagen que proyecta el mensaje en prensa en relación con las personas mayores.

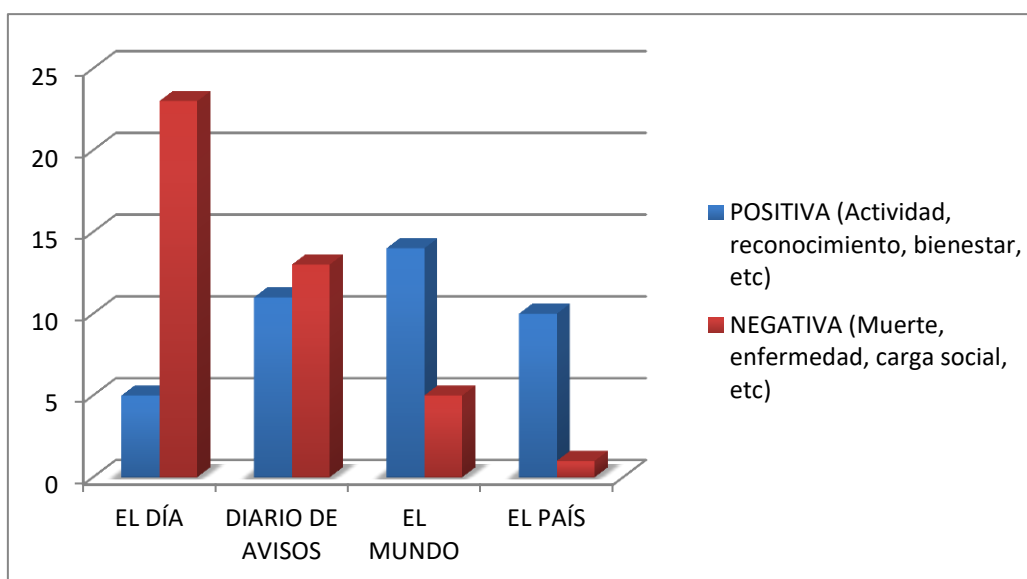
		EL DÍA	DIARIO DE AVISOS	EL MUNDO	EL PAÍS	TOTAL
IMAGEN QUE PROYECTA EL MENSAJE	Positiva (Actividad, reconocimiento, bienestar, etc).	5	11	14	10	40 49%
	Negativa (Muerte, enfermedad, carga social, etc)	23	13	5	1	42 51%
TOTAL		28	24	19	11	82 100%

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 12. Imagen que proyecta el mensaje en prensa en relación con las personas mayores.



Fuente: Elaboración propia (2017)



Fuente: Elaboración propia (2017)

Como bien se puede observar en la tabla 10 y gráfico 12, la imagen que proyecta los diversos mensajes en los cuatro periódicos escogidos para la investigación en relación con las personas mayores, son tanto positivas como negativas. El 49% de los mensajes en prensa, son de carácter positivo (Actividad, reconocimiento, bienestar, etc) frente a un 51% de carácter negativo (muerte, enfermedad, carga social, etc).

No obstante, en función del periódico en el que nos situemos, la visión que muestran de las personas mayores varía. Así pues, en el periódico El Día, la gran mayoría de los mensajes son de carácter negativo (23 de 28) y solo 5 mensajes de carácter positivo. En el periódico el Diario de Avisos, 13 de los 24 mensajes son de carácter negativo, frente a 11 positivos. En El Mundo, la gran mayoría de los mensajes son positivos (14 de 19), frente a solo 5 negativos. Por último, en el periódico El País, 10 de los 11 mensajes son de carácter positivo, y solo 1 negativo.

Tabla 11. Análisis de contenido del mensaje en prensa en relación con las personas mayores.

Una idea de Janis (1995) leída en Krippendorff (2002) sobre el análisis de contenido, es el análisis de atribuciones, es decir, la frecuencia con la que se remite a ciertas caracterizaciones de un objeto (personas, cosas, grupos o conceptos).

En este caso se realizó un análisis de atribuciones en prensa sobre los mensajes en los que se habla de personas mayores para conocer los atributos que se usan para describir a los adultos mayores.

PALABRAS CLAVE	Número de palabras en la prensa provincial en relación con personas mayores (El Día y el Diario de Avisos)	Número de palabras en la prensa nacional en relación con personas mayores (El Mundo y El País)
Muerte	14	8
Enfermedad	16	7
Actividad	15	16
Bienestar	6	11
Centros Residenciales y/o Centros de Estancia Diurna.	15	0
Sabiduría	11	11
Reconocimiento	7	14
Dependencia	8	3
Autonomía	4	7
Decrepitud	9	6
Prestaciones y/o servicios	9	5

Fuente: Elaboración propia (2017)

Tal y como se puede observar en la tabla 11, los atributos que se asocian a las personas mayores en los mensajes en prensa son diversos. Así pues, en la prensa analizada correspondiente al ámbito provincial, la palabra enfermedad es la que mayor frecuencia ha tenido para referirse a las personas mayores(16 veces), y el atributo que menos se asocia a las personas mayores en la prensa analizada de ámbito provincial es autonomía (4 veces). En contraposición, la prensa nacional muestra otra visión de las personas mayores, relacionándolas mayoritariamente con atributos más positivos como actividad (16 veces), frente al atributo que no se ha utilizado para referirse a personas mayores: Centros Residenciales y/o Centros de Estancia Diurna.

8. Análisis y discusión de resultados.

Tras la realización de la investigación sobre la percepción social de la vejez, y la visión que muestra la prensa de las personas mayores, los resultados, tal y como se pudo observar en el apartado anterior, fueron diversos.

Este apartado contiene el análisis y discusión de los datos obtenidos en relación con el marco teórico que podemos encontrar en el punto seis de esta investigación

En primer lugar, de los 88 periódicos analizados (44 nacionales-El Mundo y el País- y 44 provinciales-El Día y El Diario de Avisos), solo se han encontrado 82 mensajes sobre personas mayores, los cuales posteriormente fueron analizados. En este sentido, el silencio, no hablar de las personas mayores en la prensa es un análisis de resultado clave en esta investigación (sobre todo en los periódicos de ámbito nacional). Es decir, solo el 36% de los mensajes analizados corresponden al ámbito nacional, frente al 63% de ámbito provincial. En términos generales, se habla muy poco de las personas mayores en la prensa y de acuerdo con lo citado por Causapié, Balbotín, Porras y Mateo (2011), “Las personas mayores suelen ser invisibles para los medios.”

Asimismo, de acuerdo con Díaz (2015), la relación entre las personas mayores y los medios de comunicación no es la adecuada, puesto que la presencia de mensajes sobre personas mayores es escasa, estando los adultos mayores poco presentes en los medios.

Por su parte, Causapié, Balbotín, Porras y Mateo (2011) indican que” la manera en la que se habla de las personas mayores en los medios de comunicación es fundamental para promover su autonomía personal e independencia” (p. 357)

En este sentido, la imagen que muestra la prensa sobre las personas mayores está cambiando. Aunque sigue existiendo una visión negativa y estereotipada de las personas mayores, no se considera relevante la diferencia entre mensajes positivos (49%) y negativos (51%). Asimismo, la prensa nacional muestra una visión de las personas mayores más positiva que la prensa provincial. La percepción de la vejez que muestra la prensa provincial está relacionada en mayor frecuencia con atributos como enfermedad, centros residenciales, muerte, y en menor medida con actividad, bienestar o autonomía. Sin embargo, la prensa nacional utiliza en mayor medida conceptos de carácter más positivo para referirse a los adultos mayores tales como, actividad, bienestar, reconocimiento o sabiduría, y en menor medida aquellos relacionados con muerte, enfermedad o dependencia.

En esta línea y de acuerdo con Causapié, Balbotín, Porras y Mateo (2011), aunque la imagen reflejada en los medios de comunicación sobre personas mayores esté aún vinculada a estereotipos negativos, tales como pasividad, enfermedad, y/o carga social, los medios de comunicación empiezan a mostrar una imagen más positiva de personas mayores activas, saludables y participativas.

En lo referente a los medios de comunicación, y en concreto en la prensa, basándonos en Berrocal y Rodríguez (1998), es necesario conocer una serie de aspectos para saber valorar un mensaje. Es decir, es importante la ubicación en la que se encuentre el mensaje, la dimensión que ocupe, donde está situado el mensaje, si está acompañado de imagen que ayude a una mejor comprensión o no, la sección en la que encuentre, etc.

En primer lugar, destacar que no es lo mismo que el mensaje se ubique en la primera página, en la última, en la página par o impar. La primera página, la portada, es donde se encuentran los mensajes más importantes del día, así como los mensajes que los responsables del periódico quieren destacar en el momento, ya que esta es considerada la “tarjeta de presentación del periódico.” En este sentido, únicamente se ubica el 7% de los mensajes analizados en relación con las personas mayores.

Berrocal y Rodríguez (1998), también destacan que la página impar es más importante que la par. No obstante, en los resultados se pudo comprobar como la mitad de los

mensajes analizados se sitúan en la página menos importante, en la par, frente a un 39% ubicado en la página de mayor importancia, la impar. Por su parte, la última página, la contraportada, es la página de cierre en la que se incluyen las informaciones más frívolas, y como se pudo observar, el 4 % de los mensajes analizados se sitúan en esta página.

Otros aspectos de importancia a la hora de analizar los mensajes en prensa, son el número de columnas que abarque el mensaje, ya que esto nos permite diferenciar entre los mensajes más importantes, aquellos a los que se les dedica más columnas, y los menos importantes, los que cuentan con menor cantidad de columnas. Otro aspecto es la ubicación del mensaje (parte superior o inferior), puesto que lo más importante va a situarse siempre en la parte superior de la página, y lo de menor importancia en la parte inferior.

En este sentido, en términos generales, los mensajes analizados en relación con personas mayores, cuentan con un número de columnas mínimos (1 o 2 columnas), lo que se traduce en que los mensajes en relación a personas mayores son menos importantes que otro tipo de mensajes dentro de un periódico. No obstante, aunque la dimensión del mensaje abarque entre una y dos columnas, cuando se habla de personas mayores, la mayoría de los mensajes se sitúan en la parte superior de la página (41 de las 82), y solo 24 de los 82 mensajes analizados se encuentran en la parte inferior de la página. El resto de mensajes analizados (17), se encuentran ubicados en la página completa.

Berrocal y Rodríguez (1998), nos hablan de la importancia de la fotografía en los mensajes de prensa, puesto que cerca del 80% de los lectores de un diario, se fijan en un primer momento en las fotografías de una página más que en la propia noticia. La imagen muestra y el texto explica. En este sentido, la imagen sintetiza el contenido de una información en concreto.

Asimismo, en esta investigación, se puede observar que la mayoría de los mensajes analizados en relación a personas mayores vienen acompañados de imágenes (61%), lo que significa que puede captar una mayor atención del lector, siendo el Diario de Avisos el periódico que más imágenes añadió en acompañamiento al mensaje dada. Frente a esto, encontramos un 39% de los mensajes que no añaden fotografía. No obstante, un dato relevante de las imágenes que acompañen al mensaje, son el color de la misma. Es decir, no es lo mismo que la fotografía que se encuentre junto con el mensaje esté en

blanco y negro que en color. Del mismo modo, del 61% de los mensajes que están acompañados de imágenes, el 37% lo hace con imágenes en color, y el 24% restante en blanco y negro. Los mensajes analizados correspondientes a periódicos de ámbito nacional están acompañados de una mayor cantidad de imágenes en blanco y negro, frente a los periódicos de ámbito provincial, que tienen mayor cantidad de fotografías en color.

Por último, un dato relevante de la investigación es conocer si las imágenes que acompañan a los mensajes analizados son pertinentes o no pertinentes, es decir, si estas tienen relación con el texto o no. El 86% de las imágenes son pertinentes, frente a un 14% que no lo son.

En definitiva, no solo se puede observar como la mayoría de los mensajes analizados van acompañados de imágenes, sino que son en color y pertinentes con el texto.

En términos generales, la imagen de las personas mayores que proyectan los medios de comunicación, en concreto la prensa, se vincula con los estereotipos más frecuentes que destacan Causapié, Balbotín, Porrás y Mateo, 2011; Carbajo, 2009; De Miguel, 2003; Pérez 2013; “Portal de Mayores”, 2012 y Sánchez, 2004.

En primer lugar, se precisa destacar que aunque no exista una diferencia significativa entre una imagen positiva y/o negativa que muestra la prensa en relación a las personas mayores, en función del ámbito (provincial o nacional) en el que se ubique el mensaje analizado, los estereotipos sobre la vejez variarán.

La prensa provincial (El Día y el Diario de Avisos) muestra una visión de la vejez asociada a una serie de estereotipos de carácter negativo.

Carbajo 2009; “Portal de Mayores”, 2012 y Sánchez 2004, destacan que los estereotipos más frecuentes hacia las personas mayores son deterioro físico, enfermedades, senilidad, improductividad, carga social, homogeneidad, soledad, dependencia funcional, etc. Estereotipos que están asociados a la imagen que muestra la prensa de carácter provincial, ya que los mensajes analizados de estos periódicos no son solo de carácter negativo, sino que en su mayoría se encuentran en secciones estratégicas, como sucesos o sociedad, lo que hace que el lector pueda llegar a comprender que cuando se habla de personas mayores, se asocie a aspectos no positivos que hacen que aumente una percepción de la vejez negativa, paternalista y patologizante.

Por otro lado, la prensa nacional (El Mundo y El País), muestran una visión más positiva de la vejez, asociando a las personas mayores con estereotipos más positivos. Causapié, Balbotín, Porrás y Mateo, 2011; De Miguel, 2003 y Pérez, 2013, añaden una serie de estereotipos más positivos asociados a los adultos mayores tales como sabiduría, experiencia, depositarios de conocimiento, aprendizaje, paciencia, tiempo libre, etc. Estos estereotipos están más vinculados a la imagen que muestra la prensa nacional, cuyos mensajes analizados se sitúan en secciones como cultura, obituarios, deportes y/o economía.

En resumen, tal y como indican García y Escarbajal (1997), la vejez, como etapa de todo ser humano, es donde se acumulan mayor cantidad de estereotipos, y aunque existen estereotipos tanto positivos como negativos en relación a la vejez, generalmente son los negativos los más abundantes en nuestra sociedad. No obstante, cada vez más la imagen que muestra la prensa está cambiando, lo que permitirá que en un futuro la percepción social de la vejez, esté asociada a aspectos más positivos relacionados con la actividad, productividad y enriquecimiento.

Así pues, Pinillos (1994) citado en Pinazo (2005) destaca la siguiente premisa “Uno acaba por ser lo que cree que es, y lo que cree que es depende muchas veces de lo que dicen que es, de lo que los demás están diciendo que es” (p. 15).

9. Conclusiones

Tras la realización de esta investigación sobre la percepción social de la vejez y los medios de comunicación, hay indicios que refieren que la población en general tiene una imagen de las personas mayores y la vejez basada en aspectos tanto positivos (experiencia, sabiduría, conocimiento, etc) como negativos (enfermedad, carga social, muerte, etc). Aunque estos últimos siguen prevaleciendo sobre los aspectos positivos, cada vez más se dan en menor medida.

No obstante, la autopercepción de la vejez en los adultos mayores es positiva, no se identifican con la imagen de la vejez ofrecida por la sociedad en general, en la que las personas mayores son personas con problemas físicos, enfermedades, dependencias, etc.

En este sentido, los medios de comunicación son una fuente básica de percepción y formación de actitudes sociales, puesto que la información y opinión que muestran los medios de comunicación incita a establecer ciertas actitudes y comportamientos acerca de un determinado sector de población, una determinada noticia, un acontecimiento concreto, etc. En este caso, incita a establecer ciertas actitudes hacia las personas mayores. En este sentido, y en relación con los mensajes encontrados en la investigación, si habitualmente leemos en la prensa mensajes relacionados con este tipo de noticias “auxilian a una anciana que se había caído en su casa”, “Un anciano de 86 años mata a su mujer de 79 en una residencia en Alicante”, “ El IASS aumenta su presupuesto para atender a personas con dependencia”, incitará a tener una imagen de las personas mayores negativa, con comportamientos estereotipados que harán que tratemos a las personas mayores como un grupo homogéneo.

Del mismo modo, la prensa muestra una imagen de la vejez basada en estereotipos positivos y negativos, siendo los mensajes analizados de los periódicos de ámbito nacional (El País y El Mundo) con mayor contenido positivo (sabiduría, experiencia, actividad, etc), frente a los mensajes analizados correspondientes a los periódicos de ámbito provincial (El Día y el Diario de Avisos) que muestran una imagen de la vejez y de las personas mayores asociadas a enfermedad, carga social, dependencia, etc. Es decir, más en consonancia con el Paradigma Tradicional.

Asimismo, cuando se habla de vejez y/o personas mayores en la prensa, aparecen en términos generales en páginas pares, situadas en la zona superior de la página, al margen derecho, con unas dimensiones entre una y dos columnas acompañadas de imágenes en color y pertinentes al texto y ubicadas en secciones como sociedad y/o sucesos. Lo que significa, que cuando se habla de personas mayores en prensa se intenta captar la atención del lector a través de la ubicación estratégica de mensajes en relación con personas mayores y la presencia de imágenes.

No obstante, destacar que no existe gran cantidad de mensajes en prensa dedicados a los adultos mayores o la vejez. Sin embargo, y en comparación con investigaciones anteriores a la presente, cada vez se habla de vejez en términos más positivos, asociando a las personas mayores con actividad y bienestar.

A pesar de esto, hablar de vejez o envejecimiento ha tenido a lo largo de nuestra historia connotaciones negativas, ya que “hacerse viejo/a” implica perder capacidades, tener enfermedades y/o depender de otras personas. Estos estereotipos están asociados a la “edad cronológica” o “edad biológica” de una persona, más que la edad “psicológica”, y de acuerdo con “Portal de Mayores” (2012), vivimos en una sociedad en la que se galardona la juventud, la belleza, la apariencia física... Donde no se da cabida al envejecimiento, que se basa en lo externo, en perder atributos físicos a lo largo del tiempo, todo esto influye negativamente en la vivencia del proceso de envejecimiento. Y en este sentido, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la imagen que se da de las personas mayores.

En resumidas cuentas y tras esta investigación, podemos concluir que hoy en día nos situamos ante un “Nuevo Paradigma”, en el que se asume la vejez y el envejecimiento, como una etapa más del proceso evolutivo de todo ser humano, donde las personas mayores cada vez más tienen nuevos roles y funciones que desempeñar. Ya que como bien nos muestran las cifras, entre el 70 y el 80% de las personas mayores son autónomas e independientes, y por tanto, representan un mayor peso en nuestra sociedad.

Por su parte, nos estamos alejando poco a poco del “Paradigma Tradicional” en el que se asociaba la vejez con enfermedad, carga social, dependencia, etc, mostrando una imagen de las personas mayores estereotipada, lo que genera en nuestra sociedad una actitud de rechazo hacia los adultos mayores.

Sin embargo, a través de la prensa se sigue tratando a las personas mayores como un grupo homogéneo, en el que todos los adultos mayores presentan las mismas características y rasgos. No obstante, la realidad muestra que es un grupo heterogéneo, en el que cada individuo presenta diferentes características que lo definen como ser humano.

En resumen, destacar que los medios de comunicación son creadores de conciencia, es decir, lo que estos transmitan acerca de las personas mayores es clave para una buena percepción social de la vejez.

En este sentido existen una serie de propuestas que podrían ayudar a que la percepción social de la vejez sea positiva, en la que se trate a las personas mayores como un grupo heterogéneo que aporta en positivo a nuestra sociedad actual

En primer lugar, una formación adecuada a los futuros periodistas así como los que ya están ejerciendo, es clave para que a la hora de transmitir información sea adecuada a la realidad del momento, y no traten a los adultos mayores como un colectivo homogéneo, sino como un grupo heterogéneo.

Por otro lado, otra medida que supondría una mejora en la percepción social de la vejez es incluir anuncios en los medios de comunicación en los que se pueda observar a las personas mayores realizando actividades de cualquier tipo.

Por otra parte, se tendrían que fomentar las actividades intergeneracionales, para que desde pequeños se observe como las personas mayores son una oportunidad de futuro y, por tanto, no se generen estereotipos negativos que influyan en el desarrollo del proceso de envejecimiento de todo ser humano.

Referencias bibliográficas

- Agulló, M. (2001). Mayores, actividad y trabajo en el proceso de envejecimiento y jubilación. Madrid: IMSERSO
- Alvarado, A. M., & Salazar, Á. M. (2014). Análisis del concepto de envejecimiento. *Gerokomos*.
- Bárcena, C., Iglesias, J., Galán Andrés, M. I., & Abella García, V. (2009). Dependencia y edadismo. Implicaciones para el cuidado. *Revista enfermería CyL*, 47.
- Bazo, M. T. (1998). Vejez dependiente, políticas y calidad de vida. *Papers*, 143-161.
- Berrocal, S. & Rodríguez, C. (1998). *Análisis Básico de la Prensa Diaria. Manual para aprender a leer periódicos*. Madrid: Universitas, S. A.
- Carbajo, M. (2009). Mitos y estereotipos sobre la vejez. Propuesta de una concepción realista y tolerante. *ENSAYOS*, 87-96.
- Causapié P., Balbotín, A., Porrás Muñoz, M., & Mateo Echanagorria, A. (2011). *Libro Blanco de Envejecimiento Activo*. Madrid: Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO).
- Cívicos, A. (2012). "La política social gerontológica y su reflejo en la prensa de Tenerife. El caso particular de la protección a la dependencia 2006-2007". Universidad de la Laguna. La Laguna, España.
- Cívicos, A. (2016). Perspectiva demográfica del envejecimiento. Análisis sociodemográfico de las personas mayores en el mundo, España y Canarias. (Asig. Trabajo Social con personas mayores. Aula virtual, Universidad de La Laguna). La Laguna, España.
- Cívicos, A. (2016). Política Social Gerontológica: Políticas de intervención social con personas mayores. (Asig. Trabajo Social con personas mayores. Aula virtual, Universidad de La Laguna). La Laguna, España.

- Cívicos, A. (2016). Perspectivas científico disciplinares de abordar la vejez. Algunos conceptos previos. (Asig. Trabajo Social con personas mayores. Aula Virtual, Universidad de La Laguna). La Laguna, España.
- De Miguel, A. (2003). Adaptación positiva en el proceso de envejecimiento. *Pedagógica*, 49-82.
- Díaz, L. (2015). *www.cuartaedad.com*. Obtenido de La imagen de las personas mayores y los medios de comunicación: <http://www.cuartaedad.com/articulos/la-imagen-de-las-personas-mayores-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Enciso, B. (2012). *Por el respeto a la figura de las personas mayores en la sociedad*. Madrid: IMSERSO.
- Fernández, J., Parapar, C., & Ruíz, M. (2010). *Lychnos. Cuadernos de la fundación general CSIC. Edición digital*. Recuperado el 03 de marzo de 2017, de el envejecimiento de la población http://www.fgcsic.es/lychnos/es_es/articulos/envejecimiento_poblacion
- Garay, S., & Avalos, R. (2009). Autopercepción de los adultos mayores sobre su vejez. *Kairós*, 39-58.
- García, A., & Escarbajal de Haro, A. (1997). Calidad de vida y vejez: un cambio de perspectiva. *Anales de pedagogía*, 141-158.
- Krippendorff, K. (2002). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Martínez, L. (2005). Vejez y envejecimiento. *La vejez como etapa del ciclo vital: Aproximaciones y criterios dese diferentes perspectivas al concepto de vejez*.
- Martínez, M. P., Polo, M. L., & Carrasco, B. (2002). *Visión histórica del concepto de vejez desde la Edad Media*. Madrid: Cultura de los cuidados.
- Minois, G. (1987). *Historia de la vejez. De la Antigüedad al Renacimiento*. Madrid: Nerea, S.A.

- Miralles, I. (2010). Vejez productiva. El reconocimiento de las personas mayores como un recurso indispensable en la sociedad. *KAIROS. Revista de Temas Sociales.*, 1-14.
- Nieto, M. y. (1994). Yo soy mayor, tú serás mayor. Guía didáctica para la promoción de la solidaridad entre las generaciones. Valladolid, España.
- Pérez A. (2013). Trabajo fin de grado: La percepción social de la vejez. La Laguna, España.
- Pérez, V., & Sierra, F. (2009). Biología del envejecimiento. *Revista médica de Chile*, 296-302.
- Pinazo, S. (2005). Las personas mayores en el umbral del siglo XXI. Mitos y realidades de las Personas Mayores. *Estereotipos de las personas mayores, ¿qué significa 'ser mayor'?* Bilbao, España.
- "Portal de Mayores" (2012). Los mitos y estereotipos asociados a la vejez. *Revista digital 60 y más*(314), 46-51.
- Rodríguez, K. D. (2011). Vejez y Envejecimiento. *Vejez y Envejecimiento*. Bogotá, Colombia.
- Sánchez, C. (2004). Tesis doctoral: Estereotipos negativos hacia la vejez y su relación con variables sociodemográficas, psicosociales y psicológicas. Málaga, España.
- Sánchez, P. (1993). *Sociedad y población anciana*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Santamaría, C., López de Miguel, P., López, P., y Mendiguren, V. (2001). *Percepciones sociales hacia las personas mayores*. Madrid: IMSERSO
- Serna, I. (2003). *La vejez desconocida. Una mirada desde la biología a la cultura*. Madrid: Díaz de Santos.
- Sociales, I. (2010). Perfil general: ¿A qué edad se es mayor? *Encuesta a mayores*.
- Trinidad, A. (2005). *La realidad económica y social de las personas mayores*. Madrid: Colección Tablero. instituto de estudios económicos.

ANEXOS

ANEXO 1: Ficha de registro de prensa.

1. Periódico:

El Día () Diario de Avisos () El Mundo () El País ()

2. Fecha:

3. Ubicación del mensaje según la página en relación con personas mayores:

3.1 Par ()

3.2 Impar ()

3.3 Portada ()

3.4 Contraportada ()

4. Dimensión del mensaje en la página en relación con personas mayores:

4.1 Completa ()

4.2 PARTE SUPERIOR (1/2)

4.2.1 Una columna parte superior ()

4.2.2 Dos columnas parte superior ()

4.2.3 Tres columnas parte superior ()

4.2.4 Cuatro columnas parte superior ()

4.2.5 Cinco columnas parte superior ()

4.3 PARTE INFERIOR (1/2)

4.3.1 Una columna parte inferior ()

4.3.2 Dos columnas parte inferior ()

4.3.3 Tres columnas parte inferior ()

4.3.4 Cuatro columnas parte inferior ()

4.3.5 Cinco columnas parte inferior ()

5. Ubicación del mensaje en relación con personas mayores según la dimensión:

- 5.1 Margen derecho ()
- 5.2 Margen izquierdo ()
- 5.3 Zona central ()
- 5.4 ½ parte superior ()
- 5.5 ½ parte inferior ()
- 5.6 Completa ()

6. Imagen del mensaje en prensa en relación con personas mayores:

- 6.1 Sin imagen ()
- 6.2 Imagen en color ()
- 6.3 Imagen en blanco y negro ()
- 6.4 Pertinentes ()
- 6.5 No pertinentes ()

8. Modalidad del mensaje en relación con personas mayores:

- 8.1 Información ()
- 8.2 Opinión ()

9. Sección en la que aparece el mensaje en relación con personas mayores.

- 9.1 Sociedad ()
- 9.2. Economía ()
- 9.3. Cultura ()
- 9.4 Sucesos ()
- 9.5 Obituarios ()

9.6 Opinión ()

9.7 Deportes ()

9.8 Otras ()

10. Contenido del mensaje en relación con personas mayores

10.1 Titular:

10.2 Palabras clave de la noticia:

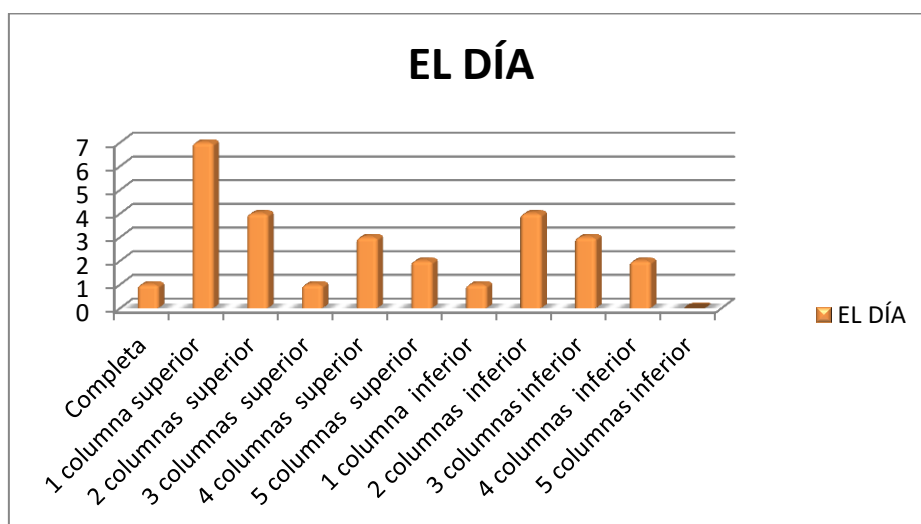
11. Imagen que proyecta el mensaje:

11.1 Positiva (actividad, bienestar, reconocimiento, etc) ()

11.2 Negativa (muerte, enfermedad, carga social, etc) ()

ANEXO 2: Gráficos sobre la dimensión del mensaje según el periódico

Gráfico 13. Dimensión del mensaje en relación con las personas mayores. Periódico El Día.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 14. Dimensión del mensaje en relación con las personas mayores. Periódico el Diario de Avisos.



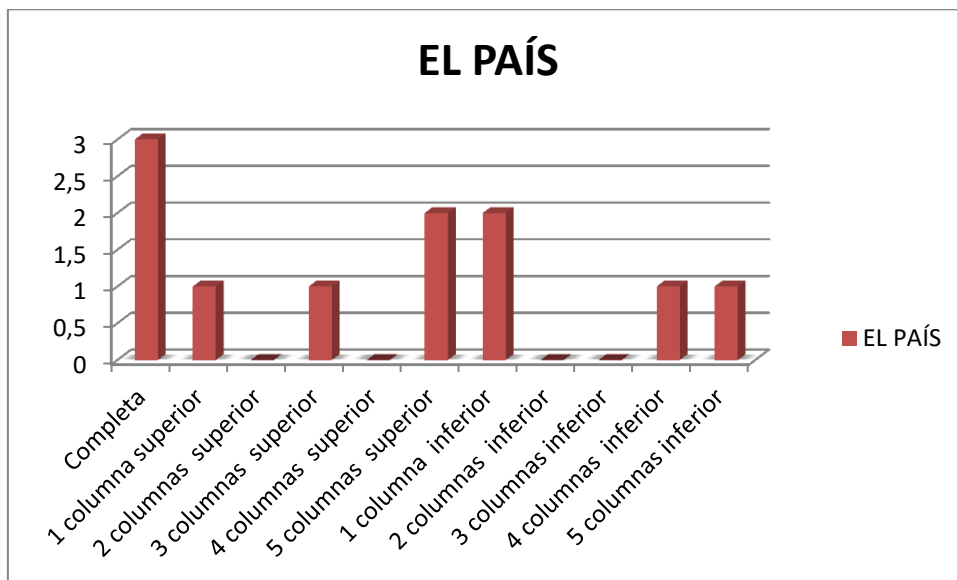
Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 15. Dimensión del mensaje en relación con las personas mayores, periódico El Mundo



Fuente: Elaboración propia (2017)

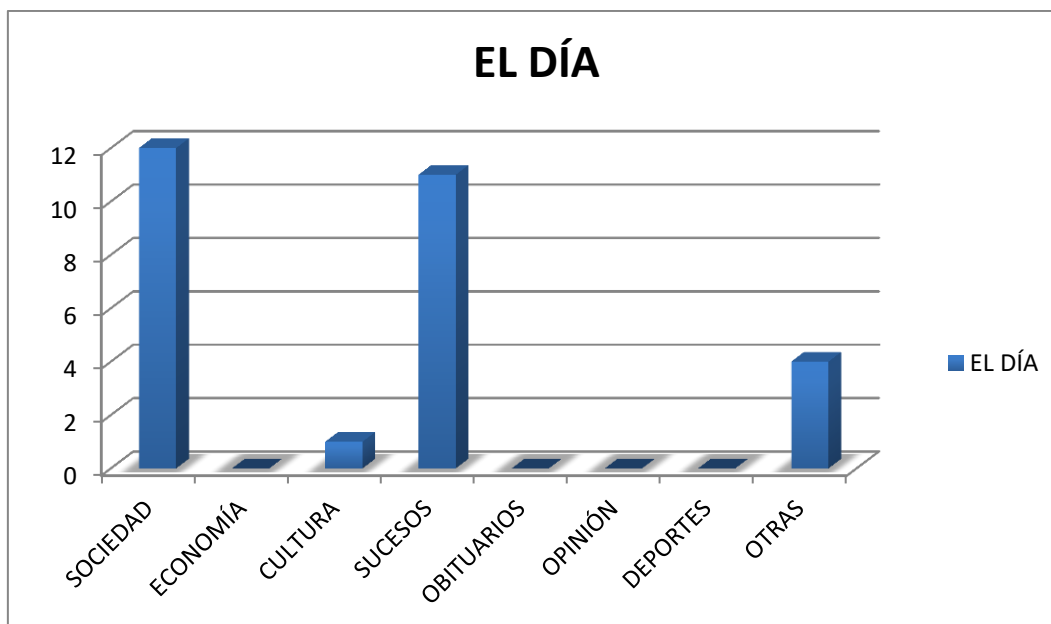
Gráfico 16. Dimensión del mensaje en relación con las personas mayores, periódico El País.



Fuente: Elaboración propia (2017)

ANEXO 3: Gráficos sobre la sección en la que aparece el mensaje según el periódico

Gráfico 17. Sección en la que aparece el mensaje en prensa en relación con las personas mayores, periódico El Día.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 18. Sección en la que aparece el mensaje en prensa en relación con las personas mayores, periódico el Diario de Avisos.



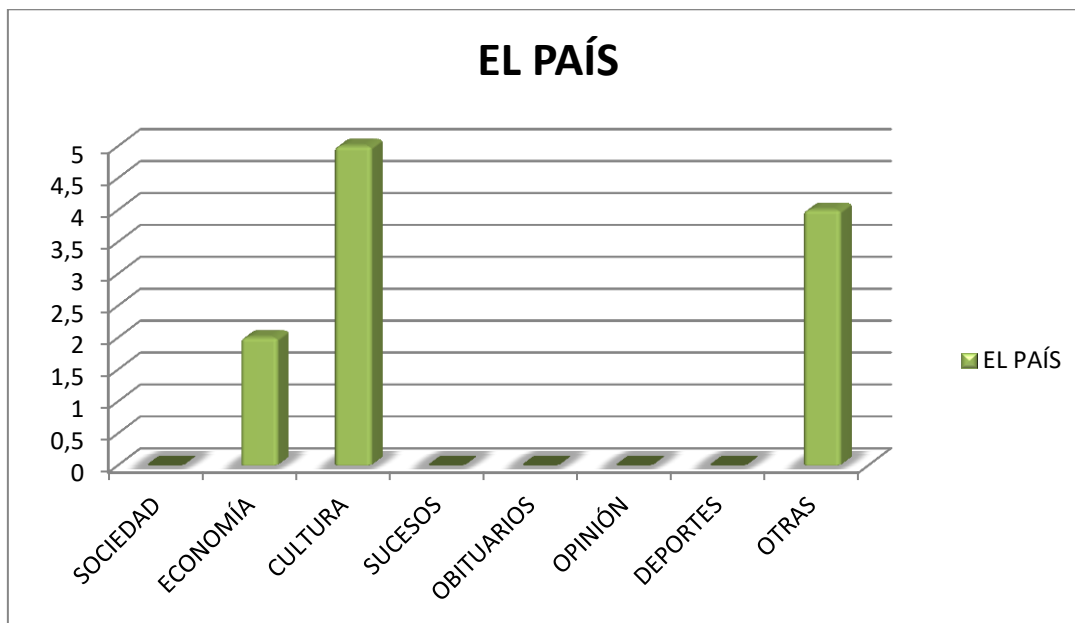
Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 19. Sección en la que aparece el mensaje en prensa en relación con las personas mayores, periódico El Mundo.



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 20. Sección en la que aparece el mensaje en prensa en relación con las personas mayores, periódico El País.



Fuente: Elaboración propia (2017)