

Representación de la vejez en la televisión española: los personajes mayores de 65 años en la televisión en abierto y en plataformas*

Representation of Old Age on Spanish Television: Characters over 65 Years on Generalistic and VOD Television

Representação da velhice na televisão espanhola: personagens com mais de 65 anos na televisão aberta e nas plataformas

María Marcos Ramos^a

Universidad de Salamanca, España

mariamarcos@usal.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3764-7177>

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp42.rvte>

Recibido: 26 abril 2022

Aceptado: 10 julio 2022

Teresa Martín García

Universidad de Salamanca, España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0274-5765>

Beatriz González-de-Garay

Universidad de Salamanca, España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0382-0640>

Resumen:

El aumento de porcentaje de población de más de 65 años en España no parece corresponderse con la presencia de personajes mayores de 65 años en las series de ficción. En esta investigación se analiza la representación de este colectivo en la ficción audiovisual emitida en la televisión generalista y en las plataformas audiovisuales. Se han analizado dos submuestras de capítulos de series de ficción emitidas en televisión generalista y en plataformas que suman un total de 2007 personajes ($n = 1238$ y $n = 770$, respectivamente), recurriendo a una metodología cuantitativa, utilizando la técnica de análisis de contenido.

Entre los resultados, cabe resaltar que los personajes mayores de 65 años están infrarrepresentados, hablan menos sobre ciertos temas que los personajes jóvenes y existe una escasa representación de diversidad sexual. Por tanto, la representación de personajes mayores en las series analizadas es inferior a los datos reales de la población española, limitada y estereotípica.

Palabras clave: series, personajes, estereotipos, televisión, ancianos.

Abstract:

The increase in the percentage of the population over 65 years old in Spain does not seem to correspond to the presence of characters over 65 years old in fiction series. This research analyzes the representation of this group in audiovisual fiction broadcast on general television and audiovisual platforms. Two subsamples of episodes of fiction series broadcasted on general television and on platforms were analyzed, totaling 2007 characters ($n = 1238$ and $n = 770$, respectively), using a quantitative methodology and the technique of content analysis.

Among the results, it is worth noting that characters over 65 years of age are underrepresented, they talk less about certain topics than younger characters and there is a scarce representation of sexual diversity. Therefore, the representation of older characters in the series analyzed is inferior to the real data of the Spanish population, limited and stereotypical.

Keywords: Series, Characters, Stereotypes, Television, Seniors.

Resumo:

O aumento da porcentagem da população com mais de 65 anos na Espanha não parece corresponder à presença de personagens com mais de 65 anos nas séries de ficção. Esta pesquisa analisa a representação desse grupo na ficção audiovisual transmitida pela televisão em geral e pelas plataformas audiovisuais. Foram analisadas duas subamostras de episódios de séries de ficção transmitidas na televisão em geral e em plataformas, totalizando 2007 personagens ($n = 1.238$ e $n = 770$, respectivamente), utilizando uma metodologia quantitativa e a técnica de análise de conteúdo.

Entre os resultados, vale destacar que os personagens com mais de 65 anos de idade estão sub-representados, falam menos sobre determinados assuntos do que os personagens mais jovens e há uma escassa representação da diversidade sexual. Portanto, a representação de personagens idosos nas séries analisadas é inferior aos dados reais da população espanhola, limitada e estereotipada.

Notas de autor

^a Autor de correspondencia. Correo electrónico: mariamarcos@usal.es

Palabras-chave: séries, personagens, estereótipos, televisão, idosos.

Introducción y estado de la cuestión

En el año 1985 se estrenaba en EE. UU. una serie nada convencional protagonizada por cuatro mujeres de más de cincuenta años, viudas y divorciadas, que compartían sus vidas. Lejos de asustar a la audiencia, *Las chicas de oro* (NBC, 1985-1992) se convirtió en un éxito y consiguió mantenerse en antena siete temporadas y a lo largo de los 180 capítulos que se emitieron de la ficción, estas cuatro mujeres protagonizaron todas las tramas que giraban en torno a sus problemas, a sus vivencias, a sus experiencias, etc. Eran, al fin y al cabo, cuatro mujeres maduras que hablaban abiertamente sobre su familia, sus hijos, la muerte, el VIH, la menopausia, el suicidio, la adicción a los analgésicos e incluso el sexo, tema poco abordado normalmente por los personajes de mayor edad en la ficción. En el año 2010 se estrenó en TVE una adaptación de esta icónica producción en la que cuatro mujeres, Blanca (interpretada por Lola Herrera), Rosa (interpretada por Carmen Maura), Doroti (interpretada por Concha Velasco) y su madre, Sofia (interpretada por Alicia Hermida), se iban a vivir juntas a una casa para compartir, además de los gastos, sus vidas. La ficción española no cosechó, sin embargo, el mismo éxito de su homóloga y fue cancelada tras una primera temporada (Rey, 2010). Tras este intento de que personajes mayores protagonizaran una serie ha habido pocos ejemplos en la ficción televisiva nacional en los que un personaje mayor sea el protagonista, salvo casos aislados como *Abuela de verano* (TVE, 2005), en el que una cabeza de familia, Eva Sagués (interpretada por Rosa María Sardà), reunía a sus cinco hijos y doce nietos en el verano en la casa familiar. A pesar de estar protagonizada por una mujer ya jubilada, no todas las tramas giraban en torno a ella, ya que muchas de las subtramas estaban dedicadas al resto de los miembros de la familia. No es un caso aislado, ya que un estudio realizado en EE. UU. sobre las cincuenta series de televisión más vistas concluyó que tan solo un 8,2% de los personajes recurrentes tienen más de 60 años. Además, según los resultados de esta investigación, en 16 de los 72 episodios analizados los personajes de esta edad no tenían diálogos y en más de la mitad de los episodios no había ni un solo personaje mayor mujer (Smith *et al.*, 2017). El hecho de que haya escasa representación de los personajes de mayor edad supone que una parte importante de la sociedad no ve representadas sus vidas y problemáticas en la ficción televisiva.

No obstante, habría que indicar que existe controversia sobre dónde establecer la frontera entre madurez y vejez; normalmente esta se fija en los 65 años, siendo la población mayor aquella que tiene más de 65 años (Eastman e Iyer, 2004). Sin embargo, no es un concepto que cuente con consenso, ya que algunos autores proponen dividir este grupo, por no considerarlo homogéneo sino diverso y cambiante, en tres franjas de edad: *young olds*, *old olds* y *oldest olds* (Atchley y Barusch, 2004; Austrian, 2008; Fisher, 1993; Lee *et al.*, 2011; Schaie, 2012). También hay autores, como Whitford (1998), que amplían este grupo a los adultos que tienen entre 50 y 64, denominándolos *pre-seniors* o *pre-jubilados*.

En España, según el Instituto Nacional de Estadística (2020), hay un 19,58% de personas con 65 años o más, un porcentaje bastante elevado que ha ido subiendo y seguirá subiendo, tal y como afirma Cordero del Castillo (2006, p. 163), ya que “según las proyecciones demográficas del INE, España para el 2050 será uno de los países más envejecidos del mundo, con 12.800.000 personas que tendrán más de sesenta y cinco años, el equivalente al 31,2% de su población total”. En el *Informe sobre los mayores en España* (Imsero, 2003), publicado por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), se indica que este incremento “equivaldría a la aparición cada año en el mapa de España de una nueva ciudad del tamaño de Cádiz, Castellón o Salamanca” (Imsero, 2003, p. 29). Este aumento del porcentaje de población anciana está directamente relacionado con la cada vez mayor esperanza de vida, especialmente en las mujeres que tienen una esperanza de vida de 86,2 años frente a las 80,7 de los hombres, aunque “viven más tiempo que los hombres, pero pasan más años con peor salud” (Mouzo, 2020). En este contexto, “la ancianidad es ahora más importante socio-demográficamente hablando que lo fue en el pasado, pues a los sesenta y cinco años una persona todavía tiene

de media un 22% de su vida por vivir” (Cordero del Castillo, 2006, p. 164), aunque este “aumento de la esperanza de vida va unido con el deterioro de la calidad y dignidad del individuo” (García Guillem, 2015, p. 28).

Sin embargo, a pesar de estos datos los pocos estudios que han analizado la representación de este colectivo en los medios de comunicación, especialmente en la ficción, no han encontrado correspondencia entre la demografía real y la ficcional, ya que este colectivo, el de personas de más de 65 años, está infrarrepresentado como se demuestra, por ejemplo, en el estudio de Smith *et al.* (2017). Tal y como se afirma en este estudio, en Estados Unidos hay un 19,9% de la población tiene más de 60 años, sin embargo, en la ficción televisiva norteamericana la subrepresentación de estos personajes es de 12 puntos. Desde que se realizó el estudio ha habido varias ficciones norteamericanas que han situado a personajes de más de 60 años como protagonistas de sus ficciones como *Grace and Frankie* (Netflix, 2015-2020) o *El Método Kominsky* (Netflix, 2018-Actual.), aunque no dejan de ser ejemplos anecdóticos, ya que Netflix, la cadena en la que fueron emitidas, apuesta en gran medida por las audiencias juveniles en su producción propia.

A pesar de que hay bastantes estudios que analizan la representación de la sociedad en la ficción audiovisual española, la mayoría de estos no se centra en la ancianidad, sino en otros grupos sociales como en la juventud (Bermejo, 2012; Crespo, 2005; Figueras *et al.*, 2014; Mateos-Pérez, 2021; Masanet *et al.*, 2012, entre otros), en las minorías étnicas e inmigración (Biscarrat y Meléndez, 2014; Galán, 2006a; Lacalle, 2008; Marcos-Ramos *et al.*, 2014; Marcos-Ramos *et al.*, 2019; Marcos-Ramos *et al.*, 2020; Marcos-Ramos y González de Garay, 2019; Romero-Rodríguez *et al.*, 2018, etc.) o el género (Coronado y Galán, 2015; De-Caso-Bausela *et al.*, 2020; Galán, 2006b; González de Garay *et al.*, 2019; López y Raya, 2019, entre otros). Sin embargo, son pocos los que han analizado la representación de la vejez en televisión.¹ Mancebo-Aracil (2014) ha analizado 70 artículos publicados en diferentes bases de datos dedicados a estudiar la representación de este colectivo en publicidad, ficción, programas, noticias, etc., y concluyó que los mayores aparecen en mayor medida en la publicidad frente a otros contenidos. En ese mismo estudio, el autor indica que en “la mayoría de los estudios los mayores de 65 años no aparecen representados ni en el 5% del total de los personajes,² aunque signifiquen mucho más en la población real o la audiencia que está viendo esos mismos programas” (Mancebo-Aracil, 2014, p. 580). Tras analizar la literatura científica centrada en este colectivo, Mancebo-Aracil (2014) concluye que están infrarrepresentados mediáticamente y que su representación es mejor en anuncios publicitarios que en la ficción audiovisual. Por tanto, no solo aparecen poco en series y/o películas, sino que su representación es peor, es decir, más alejada de lo que son en la realidad.

La presente investigación ahonda, utilizando el análisis de contenido y con una muestra amplia, en la representación del colectivo de personas mayores de los 65 años que aparecen en la ficción televisiva emitida en televisión generalistas y en plataformas españolas. Pretende constatar si hay infrarrepresentación, como sucede en la televisión estadounidense y en los estudios analizados por Mancebo-Aracil (2014), además de cómo es la representación, es decir, si estos personajes adolecen de una caracterización simple que hace que los personajes acostumbren a ser un mero adorno, una forma de “dar color” a las tramas y, por tanto, tienen poco peso en la narrativa. Se estudiará también de qué hablan estos personajes, cuál es su nivel socioeconómico, etc., y si hay una representación paritaria de hombres y mujeres. Así, se pretende llenar el vacío académico existente en España que tampoco ha fijado sus intereses en el análisis mediático de este colectivo.

Método

A partir de la revisión teórica y de los estudios mencionados, se ha realizado una investigación con el fin de ahondar en la representación actual de personajes mayores en las series españolas emitidas en horario de máxima audiencia en España y en las de producción propia de las plataformas de *streaming*. El método que se ha utilizado es cuantitativo usando como técnica el análisis de contenido. Se han seleccionado los personajes

como la unidad básica de análisis, ya que son “el segmento de contenido que será necesario considerar como base con miras a la categorización y al recuento frecuencial” (Bardin, 1996, p. 79). En este estudio se ha procedido al análisis del contenido realizado mediante la codificación humana, por lo que cinco codificadores recogieron los datos a través de un formulario de codificación y utilizaron un libro de códigos, de veinte páginas con más 80 variables diferentes, que ya ha sido utilizado y validado en otras investigaciones (De-Caso-Bausela *et al.*, 2020; González de Garay *et al.*, 2019; Marcos-Ramos, 2014).

Muestra

La muestra está compuesta por dos submuestras: la de series de ficción emitidas en televisión generalista y las que se emitieron en plataformas. Así, la primera corresponde a la ficción emitida entre 2016 y 2018 en los seis canales generalistas nacionales (TVE1, TVE2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta) y estuvo formada por 73 capítulos de series, analizando los que tuvieron mayor audiencia en cada temporada según datos de Kantar Media (2018), y 1238 personajes. Por otra parte, la muestra de series españolas de plataformas de *streaming*, esto es, Netflix, Amazon Prime, Movistar, HBO España y AtresPlayer emitidas desde el año 2017 hasta el primer semestre de 2020 y que se obtuvo tras analizar las series de creaciones originales españolas de las principales plataformas de *streaming*, compuesta por 37 capítulos y 770 personajes. En este caso, al no disponer datos de audiencia porque las plataformas no los suministran, los capítulos fueron elegidos aleatoriamente, limitándose a dos capítulos por serie en el caso que hubiese más de 2 temporadas y a 1 cuando era temporada única. Así, la muestra total que se tiene en cuenta en este estudio es de 2007 personajes que aparecen en 110 capítulos de series españolas de ficción, emitidas entre los años 2016 y 2020 en seis cadenas generalistas y en cinco plataformas de *streaming*.

Libro de códigos y formulario de codificación

Para el análisis de la muestra seleccionada se utilizó una hoja de codificación y un libro de códigos de veinte páginas, elaborado a partir de los estudios desarrollados por Neuendorf *et al.* (2010) y Marcos-Ramos *et al.* (2014), compuesto por más de 80 variables utilizado y validado en otras investigaciones (De-Caso-Bausela *et al.*, 2020; González de Garay *et al.*, 2019; Marcos-Ramos, 2014). Cada personaje se codificó primero con base en datos generales como la edad, el género, el estado civil, la orientación sexual, etc. Para cuantificar cuestiones relacionadas con el nivel narrativo de cada personaje, se utilizó otro grupo de variables que medían su rol narrativo (principal, secundario o *background*), basándose en la tipología de Mastro y Greenberg (2000) con definiciones readaptadas. También se midieron, entre otras variables, sus rasgos de personalidad, basados en el estudio de Igartua Perosanz *et al.* (1998), con el que se intenta verificar, en una escala de tres puntos, la relevancia de una serie de rasgos en cada personaje. Además, se codificó, de forma dicotómica, si el personaje analizado conversaba con otros personajes, en alguna ocasión, sobre una serie de temas. Se analizó la esfera social del personaje para comprobar las interacciones que tenía a partir de los criterios relacionados con el género extraídos del Test Bechdel-Wallace (Bechdel, 1985). También se utilizó la clasificación de Potter y Warren (1998) para medir los comportamientos violentos realizados y recibidos por el personaje con una escala dicotómica y teniendo en cuenta diferentes escalas de intensidad de la acción realizada o recibida.

Fiabilidad del modelo de análisis

Para comprobar que el análisis de contenido era fiable y que los resultados se podían extrapolar se recodificó un 15% de la muestra, tal y como indica la literatura académica que debe hacerse (Igartua, 2006), por distintos

codificadores. La fiabilidad intercodificadores se calculó usando el alfa de Krippendorff y el porcentaje de acuerdo observado, combinándose ambas medidas debido a la controversia que involucra a los coeficientes alfa, pi y kappa cuando las distribuciones de datos están sesgadas (Lovejoy *et al.*, 2016).

En el caso de la muestra de series generalistas, 723 personajes arrojaron una fiabilidad media en las 41 variables medidas con el alfa de Krippendorff de 0,74 (DE = 0,15) y de 0,87 (DE = 0,38) en el porcentaje de acuerdo de las otras 25 variables, y los otros 514 personajes restantes obtuvieron en 46 de las variables unos resultados de fiabilidad intercodificadores superiores a 0,80 (DE = 0,09) en alfa de Krippendorff, por lo que los datos fueron moderadamente positivos. Otras 28 variables fueron medidas con el porcentaje de acuerdo observado que revelaron una fiabilidad intercodificadores de 0,90 (DE = 0,10). Por tanto, la fiabilidad de esta muestra fue bastante aceptable para poder continuar con este estudio y para que sus resultados sean tenidos en cuenta.

En el caso de la muestra de las plataformas de *streaming*, 40 de las variables tomadas en cuenta arrojaron resultados de fiabilidad intercodificadores superiores al valor crítico de 0,60 con el estadístico alfa de Krippendorff. Las otras variables fueron medidas con porcentaje de acuerdo observado debido a su constructo y solo fueron consideradas para el análisis de los resultados aquellas variables que habían obtenido una fiabilidad intercodificadores de 0,80 o superior, que fueron la gran mayoría de ellas.

Una vez comprobado que ambas muestras eran válidas tras el análisis realizado con la fiabilidad intercodificadores se continuó con el análisis de los datos y con el estudio al entender que la muestra y el método era válidos y, por tanto, sus resultados pueden ser tenidos en cuenta.

Resultados

Con base en la revisión teórica realizada y dado que el objetivo de este estudio es ahondar en la representación que se hace de la vejez en la ficción televisiva, tanto en la emitida en cadenas generalistas como en aquella destinada a las plataformas de *streaming*, se plantean las siguientes preguntas de investigación y se muestran los resultados obtenidos tras el análisis de los datos realizados.

PII. ¿Existe una infrarrepresentación de personajes de más de 65 años en la ficción audiovisual si se compara con la representación demográfica? ¿Existe una relación estadísticamente significativa entre la edad de los personajes y su peso narrativo? ¿Tienen los personajes mayores a ser protagonistas, secundarios o personajes de *background*?

La primera pregunta de investigación pretende contrastar si existe una infrarrepresentación de los personajes de más de 65 años en la ficción audiovisual si se compara con la demografía española. Además de medir cuántos personajes de este colectivo aparecen en las series analizadas, se busca indagar en los roles que desempeñan en las tramas comprobando estadísticamente si la edad les condiciona para tener más o menos peso narrativo en las ficciones en las que aparecen.

Una vez analizada la muestra total, tan solo el 4,74% de personajes tenía más de 65 años. Esto es, tan solo 95 personajes pertenecen a este colectivo. Si se compara con los datos reales de población (INE, 2020) se puede comprobar que hay una infrarrepresentación mediática bastante significativa, ya que en España un 15,91% de los ciudadanos tiene entre 60 y 74 años y un 9,66% tiene 75 años o más. Por tanto, con más de 65 años hay un 19,58% de población, por lo que los personajes de más de 65 años están representados 15 puntos por debajo en la demografía audiovisual frente a la real.

Otra de las cuestiones que se pretendía dilucidar era si la edad condiciona el peso narrativo de los personajes y los resultados muestran que la edad del personaje condiciona su peso narrativo dentro de las tramas, tal y

como se muestra en el estadístico de contraste utilizado en el análisis ($\chi^2(3, N = 2002) = 12,630 p = 0,006$). Así, los personajes mayores de 65 años tienen menos probabilidades de ser protagonistas que los menores de esa edad. Si se analizan los datos de manera aislada, tal solo un 6,3% de los personajes protagonistas es representado por personajes de más de 65 años ($n = 6$), frente al 27,4% que realiza roles de secundarios ($n = 26$). Sin embargo, llama la atención cómo los personajes de más de 65 años desarrollan de manera mayoritaria papeles de *background* (Figura 1).

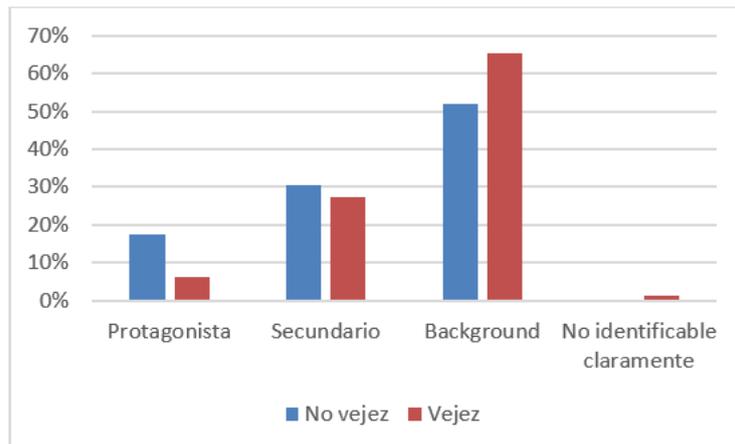


FIGURA 1.
Tipo de personaje
Fuente: elaboración propia.

PI2. ¿Existe una relación estadísticamente significativa entre la edad de los personajes y su identidad de género u orientación sexual?

En España, en el año 2021 (INE, 2021), la proporción de hombres y mujeres en cifras absolutas es la siguiente: un 51% de mujeres frente a un 49% de hombres. Los varones son ligeramente mayoritarios entre la población menor de 24 años, entre los 25 y los 50 años se mantiene una relación aproximada de 1/1, mientras que a partir de los 50 años las mujeres son más numerosas (INE, 2021). Así, en la franja de *65-69 años* hay 0,91 hombres/mujer, en la de *70-74 años*, 0,86 hombres/mujer, etc. cifra que se va reduciendo hasta la proporción de 0,34 hombres por cada mujer en la franja de 95-99 años y 0,24 en la de mayores de 100 años. Estos datos concuerdan con la esperanza de vida que se sitúa de media en España en los 82,34 años, aunque es diferente entre hombres y mujeres (79,60 años para los hombres y 85,07 años para las mujeres). En la franja de 65 años o más hay una mayor proporción, un 74% más de mujeres que de hombres, por lo que cabría esperar que hubiera en la ficción audiovisual una mayor representación de las mujeres que de los hombres en esta franja de edad. Sin embargo, si se analizan los datos en este estudio, hay una mayor representación de hombres que de mujeres, tal y como se observa en la muestra de las series generalistas y emitidas en plataformas: hombres (64,2%, $n = 61$, frente a 59,8%, $n = 1141$) o mujeres (35,8%, $n = 34$, frente a 39,7%, $n = 758$). Sin embargo, no existe una relación estadísticamente significativa en la relación del grupo de edad de los personajes con su género ($\chi^2(3, N = 2002) = 1,046 p = 0,790$). Tampoco existe relación significativa entre la edad de los personajes y su orientación sexual ($\chi^2(1, N = 1091) = 0,881 p = 0,348$). Según la muestra total analizada, el porcentaje de personajes mayores de 65 años no heterosexuales (2%, $n = 1$) es menor que el de menores de esa edad (5%, $n = 52$) y solo hay representación de personajes trans o no binarios en la franja de edad de menos de 65 años, aunque esta representación es insignificante porque tan solo se han detectado 6 personajes trans o no binarios.

PI3: ¿Cómo es la representación que se hace de la vejez en la televisión española en cuanto a nacionalidad, ocupación, origen geográfico, etnia, práctica religiosa, nivel socioeconómico y estado civil?

La tercera pregunta de investigación pretende analizar de manera cuantitativa cómo es la representación de los personajes de más de 65 años en diferentes aspectos, como la nacionalidad, la ocupación, origen geográfico, etnia, práctica religiosa, nivel socioeconómico y estado civil. Para poder comprobar si la edad influía en estos aspectos se utilizó el estadístico de contraste chi de Pearson que permite medir el grado de relación de dos variables. No se encontró relación estadísticamente significativa entre el grupo de edad y el nivel de estudios, nacionalidad, origen geográfico, ni etnia, es decir, la edad del personaje no influía en el diseño de estas características. No obstante, sí hubo una relación significativa entre el grupo de edad y el nivel socioeconómico ($\chi^2 (2, N = 1769) = 9,712 p = .008$) siendo los personajes mayores de 65 años más tendentes a tener un nivel socioeconómico alto (28,4%, $n = 23$, frente a 18,6%, $n = 314$). También se detectó que había influencia de la edad con la práctica religiosa ($\chi^2 (1, N = 1994) = 4,705 p = .030$), ya que los personajes de mayor edad mostraban una mayor actitud religiosa (11,7%, $n = 11$, frente a 6,1%, $n = 116$) y con la ocupación ($\chi^2 (16, N = 1611) = 3111,179 p < .000$). En la tabla 1 se puede observar cómo los mayores de 65 son más tendentes a ocupar puestos de empresario/a, director/a y profesional de cuadro superior; religioso/a; jubilado/a y/o pensionista; y en menor medida de policía o miembro de las fuerzas de seguridad del Estado, militar, investigador/a privado/a y seguridad privada; estudiante o dedicarse a actividades de tipo delictivo. Estos datos de la ocupación que desempeñan los personajes de más de 65 años son congruentes con la realidad social de las personas de estas edades, ya que en España el porcentaje de españoles que sigue trabajando tras cumplir los 65 años es del 2,88%. Por último, también existe una relación estadísticamente significativa entre la edad de los personajes y su estado civil ($\chi^2 (3, N = 1012) = 104,712 p < .000$), mostrando una tendencia a retratarlos en mayor medida como viudos/as (35,3%, $n = 12$, frente a 2,5%, $n = 24$) y menos como solteros/as (26,5%, $n = 9$, frente a 48,6%, $n = 475$).

TABLA 1.
Ocupación laboral de los personajes

Ocupación	No vejez	Vejez	Total
Empresario/a, director/a y profesional de cuadro superior	8,5% (n = 132)	16,9% (n = 11)	8,9%
Empresario/a, técnico/a y profesional cuadro medio	18,0% (n = 279)	10,8% (n = 7)	17,8%
Empleado/a de oficina	3,4% (n = 52)	6,2% (n = 4)	3,5%
Pequeño comerciante, trabajador/a autónomo/a	4,1% (n = 63)	3,1% (n = 2)	4,0%
Trabajador/a cualificado/a	3,8% (n = 59)	0,0% (n = 0)	3,7%
Trabajador/a no cualificado/a	8,3% (n = 128)	9,2% (n = 6)	8,3%
Agricultura, ganadería, pesca, minería, etc. y otras actividades sector primario	2,4% (n = 37)	3,1% (n = 2)	2,4%
Religioso/a	1,2% (n = 18)	7,7% (n = 5)	1,4%
Policía, miembro de las fuerzas de seguridad del Estado, militar, investigador/a privado/a y seguridad privada	17,0% (n = 263)	4,6% (n = 3)	16,5%
Deportista, artista o profesional del espectáculo	4,5% (n = 69)	3,1% (n = 2)	4,4%
Jubilado/a y/o pensionista	0,8% (n = 12)	29,2% (n = 19)	1,9%
Parado/a o desempleado/a	3,2% (n = 50)	0,0% (n = 0)	3,1%
Estudiante	9,0% (n = 139)	0,0% (n = 0)	8,6%
Trabajo doméstico no remunerado	1,7% (n = 27)	1,5% (n = 1)	1,7%
No tiene una ocupación profesional estable	1,2% (n = 19)	1,5% (n = 1)	1,2%
Se dedica a actividades de tipo delictivo	9,8% (n = 152)	1,5% (n = 1)	9,5%
Otra profesión no contemplada en el listado anterior	3,0% (n = 47)	1,5% (n = 1)	3,0%

Fuente: elaboración propia.

PI4: ¿Los personajes mayores tienden a introducir determinados temas de conversación como la salud?

La cuarta de las preguntas de investigación trataba de estudiar sobre qué temas hablan los personajes mayores de 65 años. Se midió si había una correlación estadísticamente significativa entre la edad y los temas de conversación medidos de forma aislada con el estadístico de contraste chi de Pearson. Se halló que los personajes mayores de 65 años tienden estadísticamente a hablar menos de violencia ($\chi^2 (1, N = 2001) = 4,683 p < .05$) y de sexo ($\chi^2 (1, N = 2000) = 5,865 p < .05$) y más de educación ($\chi^2 (1, N = 2002) = 5,072 p < .05$) que los menores de esa edad, tal y como se muestra en la figura 2. De manera aislada y tal y como se puede ver en la figura 2, los personajes de más de 65 años hablaban más que los personajes menores de esta edad de amor, machismo, familia y política pero, sin embargo, en este estudio no se pudo comprobar que hablasen más de salud, ya que las cifras son muy similares entre los dos tipos de personajes (más de 65 años y menos de 65 años).

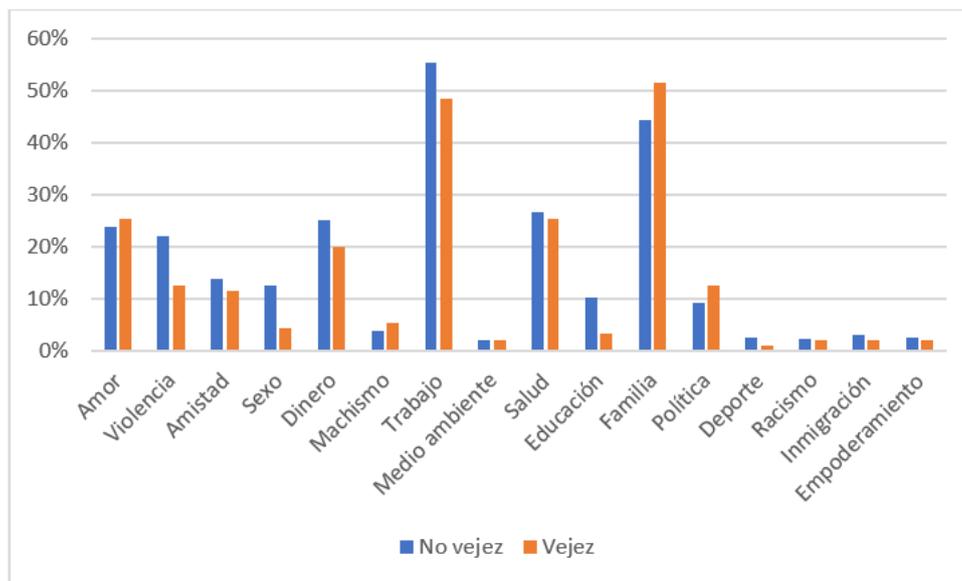


FIGURA 2.
Temas de conversación de los personajes
Fuente: elaboración propia.

PI5: ¿Con qué características de personalidad tienden a ser retratados los personajes mayores?

La quinta y última pregunta de investigación analizaba las características de personalidad con la que se representaban los personajes de mayores de 65 años en la ficción analizada, tanto en la que se emite en las cadenas generalistas como en la que se ofrece en las plataformas VOD. Se midió si había una relación entre la edad y cada una de las subvariables de personalidad analizadas y se encontró una relación significativa entre los personajes mayores de 65 años y el rasgo “agradecido” ($\chi^2(2, N = 1362) = 6,592 p < .05$). Se midió, además, si este rasgo o atributo define perfectamente la personalidad del personaje y en un 25,5%, $n = 14$ así era frente al 13,9%, $n = 182$ de los personajes menores a 65 años. También se encontró una relación estadísticamente significativa con respecto al rasgo “maternal/paternal” ($\chi^2(2, N = 1411) = 11,003 p < .005$) definiendo este atributo perfectamente al 28,1% ($n = 18$) de los personajes mayores de 65 años, mientras que solo al 15,5% ($n = 209$) de los menores de dicha edad. Por tanto, los personajes de más de 65 años suelen estar caracterizados en la ficción audiovisual como agradecidos y maternas/paternales.

Conclusiones y discusión

Tal y como señalan los diversos estudios analizados en el marco teórico y cuyas conclusiones han sido contrastadas con el presente estudio, en lo que respecta a la edad, cabe destacar la poca diversidad existente en la ficción audiovisual, al no haber apenas representación ni de niños ni de ancianos en la ficción audiovisual (Ramos-Soler y Carretón-Ballester, 2012). A partir de los años 70, especialmente en el ámbito anglosajón, fueron muy numerosos los estudios dedicados a analizar la representación de la sociedad en la ficción televisiva. Estos estudios indicaron, entre otras conclusiones, que los personajes protagonistas y secundarios se encontraban en la franja de edad de 18-50 años y que colectivos como los ancianos aparecían de manera residual (Aronoff, 1974; Northcott, 1975). Esto se debe a que “la edad y, más concretamente, la edad avanzada, constituye en cierto sentido una variable sociodemográfica ‘incómoda’ en cuanto a que el foco de las

series televisivas suele ponerse en personajes adultos de relativa juventud” (Mancebo-Aracil y Ramos-Soler, 2015, p. 1140). Normalmente, los personajes ancianos tienden a representar roles secundarios y cómicos (Kessler *et al.*, 2004). En este sentido, la tendencia de la ficción en lo que respecta a la edad —extensible también al género— es la de reflejar una sociedad de ‘cultura joven’ y con ello se está infrarrepresentando (Signorelli, 2004; Signorelli y Baeue, 1999) y, en muchos sentidos, devaluando colectivos como el de las personas mayores (Mancebo-Aracil y Ramos-Soler, 2015, p. 1140).

El papel de la tercera edad, hasta el momento, no ha sido muy representativo en las series de ficción. Los personajes que se sitúan en esta franja de edad no suelen ser protagonistas de los contenidos, aunque en los últimos tiempos parece haber una ligera tendencia, especialmente en el entorno internacional, hacia el desarrollo de producciones centradas en las vidas de personas mayores de 65 años, como las series premiadas y aclamadas por la crítica *Grace and Frankie* o *Método Kominsky*. A pesar de estos ejemplos, Mancebo-Aracil indica que “el mayor no ha sido (ni de hecho, es) tratado, ni representado, sea en series de ficción, programas o publicidad, de acuerdo a la realidad social que describimos” (2014, p. 573), afirmación que ha sido corroborada en el caso español. Tal y como reflejan los datos de este estudio, la representación de personajes ancianos sigue siendo escasa (4,74% de personajes, n = 95), comparada con los datos reales de población (19,58% de la población, según el INE) y, cuando están presentes, tienen menos posibilidades de ser protagonistas (6,3%, n = 6) que personajes de menor edad. De este modo, suelen ocupar roles secundarios (27,4%, n = 26) o de tipo de *background* (65,3%, n = 62).

En este sentido, los resultados obtenidos se sitúan en la misma línea que estudios internacionales desarrollados con anterioridad en los que se pone de manifiesto la preocupante infrarrepresentación de la vejez en el ámbito mediático (Daalmans y Odnik, 2019; Hoppe *et al.*, 2005; Persaud *et al.*, 2018; Ramírez, 2020). Estos datos chocan con el peso demográfico que tiene esa franja de edad, especialmente en países como España, y con la importancia que ha adquirido la audiencia de estas edades, puesto que las personas mayores de 65 años, que ya eran consumidoras habituales de televisión generalista (García de Castro, 2008), se han convertido en el grupo de edad que más contenidos consume en plataformas como Netflix y HBO en España, con una media de consumo de 6 horas y 35 minutos, según datos ofrecidos por Barlovento Comunicación (2020). Además de ser esenciales en términos de consumo, no puede obviarse que las personas mayores no forman un grupo homogéneo, sino que responden con más frecuencia a nuevas realidades y fórmulas de vivir la vejez. La mejora de las condiciones vitales y el aumento de esperanza de vida han contribuido a vivir la ancianidad de una forma más activa y diversa. Sin embargo, el retrato que se ofrece de estos personajes en las series televisivas parece ser aún muy limitado y estereotípico, como ponen de manifiesto los datos que surgen de la relación entre grupo de edad, género y orientación sexual. En este caso, no se han hallado personajes trans o no binarios en el grupo de edad mayor de 65 años; tan solo existen algunos ejemplos (6) en franjas de edad inferiores. Estos datos constatan la escasa representación de la diversidad sexual en la vejez en estos contenidos. En este sentido, estudios como el de García (2018) recuerdan la importancia de visibilizar la diversidad sexual en la vejez para evitar estereotipos, pues dificultan algunos aspectos de esta etapa de la vida a una generación que ya tuvo que luchar duramente en su juventud para reivindicar su condición sexual y que, en la ancianidad, reviven ciertos prejuicios en espacios como las residencias de ancianos o el propio entorno familiar. En muchos casos, las dificultades enfrentadas por estas generaciones han supuesto una vuelta al armario, como se recoge en el Informe 2019 *Mayores LGTBI Historia, Lucha y Memoria*, desarrollado por la Federación de Lesbianas, Gais, Transexuales y Bisexuales (FELGTB).

Sobre las temáticas abordadas por los personajes en sus conversaciones, los datos obtenidos muestran que los personajes mayores de 65 años hablan menos sobre violencia y sexo que los de menor edad. Del mismo modo, tienden a hablar más sobre educación que el resto de los personajes que se sitúan en franjas de edad más bajas. Estos indicadores podrían estar relacionados con la falta de desarrollo narrativo de los personajes, al ser principalmente secundarios y de *background*. Por tanto, la trama apenas se centra en sus inquietudes o en sus relaciones, más allá del entorno de la familia o de su papel como madre, padre o abuelo/a; aspectos

que contribuyen a reforzar el estereotipo de ancianidad. Así mismo, en los parámetros elegidos para analizar la representación de la vejez en la televisión no se han encontrado relaciones significativas entre este grupo de edad y aspectos como la nacionalidad, nivel de estudios, etnia u origen geográfico. Sin embargo, sí se ha hallado una relación significativa con el nivel socioeconómico de los personajes ancianos, pues es más elevado que el de otros personajes de menor edad. Al mismo tiempo, muestran una mayor actitud religiosa que los personajes más jóvenes (11,7%, n = 11, frente a 6,1%, n = 116). Esta representación de los personajes ancianos en televisión y plataformas muestra también una relación significativa entre la edad y el estado civil, pues hay una mayor tendencia a retratarlos como viudos/as (35,3%) y una menor a hacerlo como solteros/as (26,5%). Del mismo modo, en los rasgos de personalidad que se atribuyen a personajes ancianos se ha hallado una relación significativa entre los personajes mayores de 65 años y los rasgos agradecido y maternal/paternal. Estas características definen al 25,5% (n = 14) y 28,1% (n = 18) de los personajes, respectivamente.

Todos estos aspectos proyectan una imagen sesgada del verdadero papel que hoy cumplen las personas ancianas en nuestra sociedad; el elevado porcentaje de personajes viudos mayores de 65 años parece ahondar en el sentimiento de soledad al final de la vida, tras haber vivido en pareja bajo el patrón de familia tradicional, pues en los datos de este estudio se reflejan menos otros perfiles existentes de vejez, como el de parejas del mismo sexo o la soltería, entre otras muchas realidades.

Este retrato estereotípico y sesgado también coincide con estudios realizados anteriormente en el contexto estadounidense en los que, además, se apunta a la creación de una visión negativa de la vejez por parte del entorno mediático y publicitario (Miller *et al.*, 2004; Umphrey y Robinson, 2007).

Los resultados de este trabajo de investigación arrojan nuevos datos al contexto de la representación de la ancianidad en la televisión en España y sugieren profundizar en el futuro con más detalle en las relaciones con otros personajes, las temáticas que abordan y las características con las que son representados, a fin de determinar si en el contexto español se ofrece una imagen negativa de este tipo de personajes u otros aspectos que sugieran sesgo edadista o por razones de género, como se apunta en estudios anteriores. No obstante, los datos obtenidos y analizados han permitido comprobar que, aunque la imagen que se ofrece de las personas mayores en la televisión generalista y las plataformas de *streaming* se ha ido diversificando en los últimos años, en los contenidos analizados aún persisten muchos mitos de la vejez que no contribuyen a poner en valor esta etapa de la vida y que no reflejan fielmente la realidad de la vejez en España. Finalmente, tal y como señalan Mancebo-Aracil y Ramos-Soler,

podemos llegar a concluir que existe una forma predominante de hacer ficción, que deforma u obvia, consciente o inconscientemente, y por motivos exógenos o endógenos a la industria, toda verosimilitud de las tramas o su fiel reflejo a la sociedad de cada momento, en detrimento de la representación de los mayores o las mujeres, por ejemplo. (2015, p. 1140)

Referencias

- Aronoff, C. (1974). Old Age in Prime-time. *Journal of Communication*, 24(4), 86-87. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00412.x>
- Atchley, R. y Barusch A. (2004). *Social forces and aging: An introduction to social gerontology*. Wadsworth; Thomson Learning.
- Austrian, S. G. (2008). *Developmental Theories Through the Life Cycle*. Columbia University Press.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal.
- Barlovento Comunicación (2020). *Análisis Televisivo Anual 2019*. <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2019/12/analisis-televisivo-2019-BarloventoComunicacion-1.pdf>
- Bechdel, A. (1985). *Dykes to Watch-Out For*. Firebrand Books.
- Bermejo, J. (2012). Los personajes y las series de ficción en la vida de los y las jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 96, 31-49.

- Biscarrat, L. y Meléndez, N. (2014). De la exclusión a la heteronomía. Inmigrantes en la ficción televisiva *Aída*. *Icono 14*, 12(1), 319-346. <https://doi.org/10.7195/ri14.v12i1.566>
- Cordero del Castillo, P. (2006). Situación social de las personas mayores en España. *Humanismo y trabajo social*, 5, 161-195.
- Coronado, C. y Galán, E. (2015). ¿Tontas y locas?: género y movimientos sociales en la ficción televisiva sobre la transición española. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 327-343. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51387
- Crespo, M. (2005). Mensajes y modelos televisivos para los adolescentes: estudio base para un análisis sistemático del contenido sexual de las series de televisión. *Doxa Comunicación*, 3, 187-214. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n3a11>
- Daalmans, S. y Odink, M. (2019). Stereotyped but Liked? A Content Analysis of the Presence and Stereotypical Portrayal of Minority Groups in Award-Winning Commercials. *Communication Research Report*, 36(3), 231-241. <https://doi.org/10.1080/08824096.2019.1630605>
- De-Caso-Bausela, E., González de Garay, B. y Marcos-Ramos, M. (2020). Representación de género en las series generalistas de televisión españolas emitidas en prime time (2017-2018). *El profesional de la Información*, 29(2), 339-360. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.08>
- Eastman, J. K. y Iyer, R. (2004). The elderly's uses and attitudes towards the Internet. *Journal of consumer marketing*, 21(3), 208-220. <http://dx.doi.org/10.1108/07363760410534759>
- Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans y Bisexuales (FELGTB). (2019). *Informe 2019. Mayores LGTBI Historia, Lucha y Memoria*. Autor. https://somoslgtb.files.wordpress.com/2019/12/informe_mayoreslgtbi.pdf
- Figueras, M., Tortajada, I. y Araüna, N. (2014). La erótica del malote. Lecturas adolescentes de las series televisivas: atracción, deseo y relaciones sexuales afectivas. *Revista de Estudios de Juventud*, 106, 49-62.
- Fisher, J. C. A. (1993). Framework for describing developmental change among older adults. *Adult Education Quarterly*, 43(2), 76-89. <http://dx.doi.org/10.1177/0741713693043002002>
- Freixas, A. (1998). "La mires como la mires, no la verás". El doble estándar del envejecimiento en la publicidad televisiva. *Comunicación y Cultura*, (3), 29-40.
- Galán, H. (2006a). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*, 28, 229-236. <https://bit.ly/3mtRt78>
- Galán, H. (2006b). La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. El Comisario y Hospital Central. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61, 96-105. <https://doi.org/10.4185/RLCS-200608>
- García de Castro, M. (2008). Los movimientos de renovación en las series televisivas españolas. *Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, (30), 147-153.
- García Guillem, S. (2015). El otro en el espejo: "Amour" de Michael Haneke. *Área abierta*, 15(2), 19-34. https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2015.v15.n2.45214
- García, M. (2018). Mayores y diversidad sexual: entre la visibilidad y el derecho a la indiferencia. *Revista Prisma Social*, 21, 123-148. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2460>
- González de Garay, B., Marcos Ramos, M. y Portillo Delgado, C. (2019). Gender representation in Spanish prime-time TV series. *Feminist Media Studies*, 20(3), 414-433. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1593875>
- Hoppe, T., Tischer, U., Philippsen, C. y Hartmann-Tews, I. (2016). Presentation of age(ing) and elderly people in TV commercials. *Z Gerontol Geriatr*, 49(4), 317-326. <https://doi.org/10.1007/s00391-015-0923-y>
- Kessler, E. M., Rakoczy, K. y Staudinger, U. M. (2004). The portrayal of older people in prime-time television series: the match with gerontological evidence. *Ageing and Society*, 24(4), 531-552. <https://doi.org/10.1017/S0144686X04002338>
- Igartua Perosanz, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.

- Igartua Perosanz, J. J., Del Río, P., Álvarez, A., García, L. C., García, F. J., Garrachón, L., Pérez, D., Polo, J. y Yáñez, E. (1998). Indicadores culturales y construcción de estereotipos en filmes de ficción. *Comunicación y Cultura*, 5(6), 43-56. <https://doi.org/10.1174/113839598322029032>
- Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imserso). (2003). *Las personas mayores en España Informe 2002. Datos estadísticos estatales Subdirección General de Planificación, Ordenación y Evaluación*. Autor. <http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/imserso-informe-personas-mayores-vol1-2002.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020). *Revisión del Padrón municipal 2019. Población por edad (año a año) y sexo*. Autor.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2021). *El censo de 2021*. https://www.ine.es/censos2021/censos2021_menu_a_menu.shtml
- Lacalle, Ch. (2008). *El discurso televisivo sobre la inmigración. Ficción y construcción de identidad*. Omega.
- Lee, B., Chen, Y. y Hewitt, L. (2011). Age differences in constraints encountered by seniors in their use of computers and the internet. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1231-1237. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.01.003>
- López, F. y Raya, I. (2019). Fernández-Valdes, y la producción femenina de series de televisión en España. Las chicas del cable como caso de estudio. *Feminist Media Studies*, 19(3), 1-15. <https://doi.org/ff7k>
- Lovejoy, J., Watson, B. R., Lacy, S. y Riffe, D. (2016). Three decades of reliability in communication content analyses: Reporting of reliability statistics and coefficient levels in three top journals. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(4), 1135-1159. <https://doi.org/10.1177%2F1077699016644558>
- Mancebo-Aracil, J. F. (2014). Mayores, publicidad y medios de comunicación: una revisión teórica. *Historia y Comunicación Social*, 19, 573-588. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45050
- Mancebo-Aracil, J. F. y Ramos-Soler, I. (2015). Las personas mayores en la ficción televisiva: el caso de Hospital Central. *Opción. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 31(6), 1006-1021.
- Marcos-Ramos, M. (2014). *La imagen de los inmigrantes en la ficción televisiva de prime time. Análisis y recomendaciones para los profesionales*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Marcos-Ramos, M., González De Garay, B. y Portillo, C. (2019). La representación de la inmigración en la ficción serial española contemporánea de prime time. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 285-307. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1331>
- Marcos-Ramos, M., Igartua, J., Frutos, F., Barrios, I., Ortega, F. y Piñeiro, V. (2014). La representación de los personajes inmigrantes en los programas de ficción. *Vivat Academia*, (127), 43-71. <https://doi.org/10.15178/va.2014.127.43-71>
- Marcos-Ramos, M., González de Garay, B. y Arcila, C. (2020). Grupos minoritarios en la ficción televisiva española: análisis de contenido y percepciones ciudadanas para la creación de un índice de diversidad. *Cuadernos.info*, 46, 307-341. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1739>
- Marcos-Ramos, M. y González De Garay, B. (2019). La caracterización psico-social de los inmigrantes en las series de televisión españolas de prime time (2016-2017). *Communication and Society*, 32(4), 1-15. <https://doi.org/10.15581/003.32.4.1-15>
- Masanet, M. J., Medina, P. y Ferrés, J. (2012). Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes: estudios de caso de Los protegidos y Física o Química. *Comunicación*, 10, 1537-1548.
- Mastro, D. y Greenberg, B. (2000). The portrayal of racial minorities on prime time television. *Journal of broadcasting and electronic media*, 44(4), 690-703. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4404_10
- Mateos-Pérez, J. (2021). Modelos de renovación en las series de televisión juveniles de producción española. Estudio de caso de Merlí (TV3, 2015) y Skam España (Movistar, 2018). *Doxa Comunicación*, 32, 143-157. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n32a7>
- Miller, D., Leyell, T. y Mazachek, J. (2004). Stereotypes of the elderly in US television commercials from the 1950s to the 1990s. *International Journal of Aging & Human Development*, 58(4), 315-340. <https://doi.org/10.2190/N1R6-7Q5Y-2N7Q-8NM1>

- Mouzo, J. (6 de marzo de 2020). *Las mujeres viven más pero pasan 20 años con mala salud*. El País. <https://elpais.com/espana/catalunya/2020-03-06/las-mujeres-viven-mas-pero-pasan-20-anos-con-mala-salud.html>
- Neuendorf, K. A., Gore, T. D., Dalessandro, A., Janstova, P. y Snyder-Suhy, S. (2010). Shaken and Stirred: A Content Analysis of Women's Portrayals in James Bond Films. *Sex Roles*, 62, 747-761. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9644-2>
- Northcott, H. C. (1975). Too young, too old- Age in the world of TV. *The Gerontologist*, 15(2), 184-186. <https://doi.org/10.1093/geront/15.2.184>
- Potter, W. J. y Warren, R. (1998). Humor as camouflage of televised violence. *Journal of Communication*, 48(2), 40-57. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02747.x>
- Persaud, S., Grauerholz, L. y Koontz, A. (2017). Gendered Representations and Portrayals in Technology Advertisements: Exploring Variations by Age. *Race and Ethnicity*, 35, 137-152. <https://doi.org/10.1007/s12147-017-9191-z>
- Pochintesta, P. (2012). De cuerpos envejecidos: un estudio de caso desde el discurso publicitario. *Pensar la Publicidad*, 6(1), 163-181. https://doi.org/10.5209/rev_PEPU.2012.v6.n1.38661
- Ramírez, M. (2020). Mujer, edad e invisibilidad en los anuncios televisivos en Puerto Rico. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 145, 89-106. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i145.4263>
- Ramos-Soler, I. y Carretón-Ballester, M. (2012). Presencia y representación de las personas mayores en publicidad televisiva. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 47(2), 55-61. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2011.11.010>
- Rey, A. (2010, septiembre 9). *Chicas de oro y caspa*. El Mundo. <https://www.elmundo.es/blogs/elmundo/asesinoense rie/2010/09/09/chicas-de-oro-y-caspa.html>
- Romero-Rodríguez, L. M., De Casas Moreno, P. y Torres Toukoumidis, A. (2015). Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE. *Alteridad*, 10(1), 31-43. <https://doi.org/10.17163/alt.v10n1.2015.03>
- Schaie, K. W. (2012). *Developmental influences on adult intelligence: The Seattle longitudinal study*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780195386134.001.0001>
- Signorelli, N. (2004). Aging on TV: Messages relating to gender, race and occupation in prime-time. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48, 279-301. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4802_7
- Signorelli, N. y Bacue, A. (1999). Recognition and respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 40, 527-544. <https://doi.org/10.1023/A:1018883912900>
- Smith, S. L., Pieper, K., Choueiti, M., Tofan, A., Depauw, A. M. y Case, A. (2017). *Seniors on the small screen: aging in popular television content*. Media, Diversity and Social Change Initiative. http://assets.uscannenber.org/docs/Seniors_on_the_Small_Screen-Dr_Stacy_L_Smith_9-12-17.pdf
- Umphrey, D. y Robinson, T. (2007). Negative stereotypes underlying other-person perceptions of the elderly. *Educational Gerontology*, 33(4), 309-326. <https://doi.org/10.1080/03601270701198885>
- Valls-Fernández, F. y Martínez-Vicente, J. M. (2007). Gender Stereotypes in Spanish Television Commercials. *Sex Roles. A Journal of Research*, 56(9-10), 691-699. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1007/s11199-007-9208-2>
- Whitford, M. (1998). Market in motion. *Hotel and motel management*, 213(7), 41-43.

Notas

* Artículo de investigación

1 En otros medios, como la publicidad, sí que hay más estudios que analizan la representación de los mayores en los anuncios publicitarios (Freixas, 1998; Valls-Fernández y Martínez-Vicente, 2007; Pochintesta, 2012; Ramos-Soler y Carreto#n-Ballester, 2012; Mancebo-Aracil, 2014).

2 Esta cifra, curiosamente, coincide con los resultados de un estudio realizado sobre los famosos que aparecen en el programa *Corazón* de TVE: "En el aspecto etario predominaron aquellos personajes con edades comprendidas entre 20

y 39 años (72%), teniendo el segundo escalafón aquellos cuya edad oscila entre 40 y 59 años (22%), compartiendo en conjunto aquellos menores de 20 años y mayores de 60 un 6% de las apariciones” (Romero-Rodríguez *et al.*, 2015, p. 37).

Licencia Creative Commons CC BY 4.0

Cómo citar: Marcos Ramos, M., Martín García, T. y González-de-Garay, B. (2023). Representación de la vejez en la televisión española: los personajes mayores de 65 años en la televisión en abierto y en plataformas. *Signo y Pensamiento*, 42.