

**LA MIRADA A LES PERSONES  
GRANS DE LES ILLES BALEARS  
DES DE LA PREMSA DIGITAL**

---

---

## **La mirada a les persones grans de les Illes Balears des de la premsa digital**

Maria Valero de Vicente  
Marga Vives Barceló

---

## Resum

Els mitjans de comunicació tenen un paper molt important en el desenvolupament d'una visió positiva de l'envelliment i de les persones grans. La premsa digital, com a mitjà de comunicació, contribueix a construir una imatge de la realitat de les persones grans a través de la publicació de notícies de manera periòdica. L'objectiu d'aquest estudi és analitzar la premsa digital balear i la forma en què tracta la informació. S'ha fet un cerca en els repositoris web de dinou periòdics de tirada autonòmica a partir de diferents paraules clau i s'han seleccionat les notícies publicades durant el darrer any. Com a resultat, s'ha analitzat un total de 230 notícies que corresponen a tretze dels periòdics consultats. Les notícies més freqüents pertanyen a la categoria de societat i successos, seguides per les de política i d'economia. En general, les notícies ofereixen una visió positiva o neutral sobre les persones grans, i inclouen material fotogràfic, també neutral o positiu. Per concloure, la representació de les persones grans en la premsa digital de les Illes Balears és escassa, si bé n'ofereix una visió positiva o neutral, encara que hi ha notícies que en donen una visió negativa associada a la dependència i als problemes lligats amb l'edat. Se suggereixen estudis del públic de persones grans per atendre els seus interessos i necessitats d'informació, respectant la imatge que es transmet a través de les notícies.

## Resumen

Los medios de comunicación tienen un papel muy importante en el desarrollo de una visión positiva del envejecimiento y de las personas mayores. La prensa digital, como medio de comunicación, contribuye a construir una imagen de la realidad de las personas mayores a través de la publicación de noticias de manera periódica. El objetivo de este estudio es analizar la prensa digital balear y la forma en que trata la información. Se ha realizado una búsqueda en los repositorios web de diecinueve periódicos de tirada autonómica a partir de diferentes palabras clave y se han seleccionado las noticias publicadas durante el último año. Como resultado, se ha analizado un total de 230 noticias que corresponden a trece de los periódicos consultados. Las noticias más frecuentes pertenecen a la categoría de sociedad y sucesos, seguidas de las de política y economía. En general, las noticias ofrecen una visión positiva o neutral sobre las personas mayores, e incluyen material fotográfico, también neutral o positivo. Para concluir, la representación de las personas mayores en la prensa digital de las islas Baleares es escasa, si bien ofrece una visión positiva o neutral, todavía hay noticias que dan una visión negativa asociada a la dependencia y a los problemas relacionados con la edad. Se sugieren estudios del público de personas mayores para atender a sus intereses y necesidades de información, respetando la imagen que se transmite a través de las noticias.

---

## 1. Introducció

Segons l'informe de Pérez Díaz et al. (2020) i segons l'Institut Nacional d'Estadística (INE), a Espanya el dia 1 de gener de 2019 hi havia 9.057.193 persones més grans de 65 anys. Aquestes dades suposen un 19,3% de la població total de l'Estat, i continuen confirmant l'augment de l'envelliment de la població, ja que s'ha passat d'una edat mitjana de 32,7 anys el 1970 a 43,3 anys el 2019. Així mateix, cal fer una menció especial a les persones més grans de 80 anys, que actualment ja suposen un 6,1% de la població total estatal, i les previsions confirmen l'augment exponencial d'aquest grup d'edat.

Sense entrar en més detalls que en diferents capítols de l'anuari de ben segur es tracten, i mantenint com a referència bàsica aquest informe de Pérez Díaz et al. (2020), el perfil de les persones grans continua sent feminitzat (les dones superen en un 32% els homes). Sabem que la generació del *baby boom* arribarà a la jubilació entorn de 2024 i que, si bé la majoria de persones de més de 65 anys es concentren en ciutats com Madrid i Barcelona, és clar que les zones rurals estan més envellides que l'entorn urbà. Igualment, a més edat, més augment de la població que viu sola; especialment les dones (31%), enfront dels homes (17,8%). Les tasques de cures continuen sent femenines en major mesura, especialment de dones entre 45 i 64 anys (48,8%); aquestes cures es dediquen majoritàriament també a una dona (gran) (47,1%).

Pérez Díaz et al. (2020) confirmen que les illes Balears, juntament amb Múrcia i Canàries, són les zones on manco percentatge de persones més grans de 65 anys hi ha (15,5%) en comparació amb Astúries (25,7%) i Castella i Lleó (25,4%). La mitjana se situa al 19,3%.

Seguint amb aquest informe, pel que fa a la economia, a Espanya hi ha 9,7 milions de pensions del sistema de la Seguretat Social. Les de jubilació (6 milions) i les de viduïtat (2,4 milions) són les més freqüents; amb tot, i com assenyalen els autors de l'informe, les pensions de les dones continuen sent més baixes que les dels homes, a causa de les diferents vides laborals, ocupacions o perquè compten amb altres pensions, com la de viduïtat.

Cal també tenir present, finalment, que la proporció de persones de més de 65 anys que continua treballant és de les més baixes d'Europa, i és del 6,5%. Per a aquest col·lectiu les despeses s'acumulen majoritàriament a la llar (aigua, electricitat...), amb un 45%, seguides per les de l'alimentació. Quasi el 90% de la població més gran de 65 anys té la llar en propietat. Finalment, és important remarcar que el nivell educatiu de les persones de més de 65 anys ha augmentat en els darrers quaranta anys, especialment en la reducció de l'analfabetisme.

Totes aquestes informacions ens donen una fotografia anual del col·lectiu de persones de més de 65 anys. En aquest sentit, el capítol presentat vol permetre una primera anàlisi de la imatge de les persones grans que es transmet de forma regular a la premsa autonòmica, especialment tenint present no sols el contingut i el titular de la notícia, sinó també aquells elements que poden complementar la visió que s'hi vol donar, com ara si va acompanyada d'una imatge (i quina és), de l'àmbit territorial a què fa referència i quina és la temàtica (política, societat i successos, salut i benestar, oci i participació o estudis i recerques) de la notícia.

## 2. La premsa digital. Una primera aproximació

Els mitjans de comunicació, a través de la informació que aporten, no sols són simples transmissors d'informació, també transmeten valors i presenten estils de vida dels protagonistes de les notícies (Santibáñez i Latorre, 2013 citat a Hidalgo i Pérez, 2016). Seguint Bisbal (2010), aquest fet té una influència directa en l'opinió pública, fet que cal tenir present si sabem la gran heterogeneïtat que hi ha al col·lectiu de persones de més de 65 anys.

Per a Aznar et al. (2016), els mitjans de comunicació són bàsics, ja que haurien de permetre un possible reflex de les persones grans, tant per la seva presència en les diferents temàtiques, segons la seva edat i els seus interessos, com per la seva representació, la qual hauria de ser positiva, amb una aposta per una imatge en positiu, que valori la seva participació social i el valor social que representen.

No obstant això, no sempre és així, com assenyala Losada (2004), ja que l'edatisme també pot aparèixer i mantenir-se, i es pot fomentar la seva transmissió a la societat en general. En aquest sentit, no és que sols afecti la manera com les persones grans es perceben, sinó que pot tenir un efecte opressor per al seu benestar (Karen, 2006). Carretón i Ramos (2012) confirmaven aquests efectes negatius en la publicitat, ja que una infraestimació de les capacitats físiques i mentals pot tenir conseqüències negatives en la salut física i en la psicològica, com ara una prematura pèrdua d'independència, major discapacitat o majors índexs de depressions i mortalitat anticipada. Ja fa dècades que autors com Hurd (1999) afirmaven que les imatges estereotipades de les persones grans han servit per definir els comportaments (esperats) en aquest col·lectiu, no obstant això, i com reivindicava la doctora Fernández-Ballesteros (2011), les persones grans volen ser tractades sense diferències per qüestions d'edat.

Així, enllaçant amb la idea de la importància dels mitjans de comunicació per a l'ideari col·lectiu de les persones grans, els quals haurien de transmetre'n una visió real, complexa i heterogènia, Abad (2014) confirmava que un dels objectius hauria de ser la

inclusió de les persones grans en la societat de la informació, a fi que puguin assolir la millor qualitat de vida possible, que els permeti tenir una vida més activa i participativa, per això cal proporcionar-los els instruments necessaris per aconseguir-ho. En aquest sentit, Rodríguez (2010) ja ens feia reflexionar sobre el canvi en la visibilització a les campanyes de publicitat de les persones grans.

Anant una passa més enllà, les tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) han canviat la manera de comunicar-nos amb el món i han provocat canvis socials molt importants per a tothom. Per una banda, la mirada positiva ens permet analitzar-ho com una oportunitat cultural, educativa i comunicativa, especialment perquè permeten l'accés a la informació i a la defensa dels drets; emperò també hem de tenir present la visió negativa, centrada en el diferent accés a les informacions, la desigualtat, les dificultats per a la gestió de la informació i la construcció del coneixement, l'homogeneïtzació cultural i les dificultats per garantir la veracitat de la informació i canalitzar la denúncia social (Castells, 2002; Fernández Palomares, 2003).

Pocs estudis han analitzat aquesta realitat; un d'aquests, el d'Antón Crespo i Fernández Ramos, de 2018, analitzà 799 notícies de persones grans en la premsa digital de més difusió a Castella i Lleó, per revisar quina cobertura de les notícies s'hi difonia. Cal remarcar que Castella i Lleó és una de les zones més envellides de l'Estat, per tant, cobrava especial rellevància. En les seves conclusions, afirmen que cal tenir present que el perfil dels lectors ha variat a causa de les circumstàncies sociodemogràfiques; se centren més en el col·lectiu de les persones grans, si bé encara les notícies són escasses. A més, les variables analitzades (descriptives, sobre l'enquadrament genèric, sobre l'esdeveniment principal i la perspectiva de l'esdeveniment i dels actors) permeten afirmar que no conviden que el lector hi aprofundeixi o que sigui fàcil la comprensió dels receptors sobre el fet que comenten. A més, l'ús de fotografies i vídeos és poc freqüent.

En aquest punt és necessari recuperar una informació rellevant de l'estudi de Pérez Díaz et al. (2020) en què es confirma que és a partir de 55 anys quan hi ha un descens del percentatge de persones que empren Internet; si bé cal remarcar que la denominada bretxa digital era de 78,6 punts el 2007 respecte al grup de més joves, el 2019 era de 35,5 punts. Els homes són els que més empren Internet, en comparació amb les dones.

Per Casado et al. (2015), els beneficis de l'ús d'Internet són diversos: augmenta la comunicació, evita l'aïllament i la soledat..., beneficis que potencien l'envelliment actiu i la dimensió social de la qualitat de vida. L'estudi d'aquests autors confirma que l'augment de l'ús d'Internet (freqüència i recursos) motiva a estar més actius, actualitzats i comunicats, amb ganes de continuar amb un aprenentatge permanent i a entendre Internet com una eina de participació social. Per aquest motiu, serà

necessari oferir una demanada adaptada als perfils de persones grans que permetin la seva assimilació, ús i aplicació (González-Oñate et al., 2015). Si s'aconsegueix, es podrà fomentar l'autonomia per a la recerca d'informació, i aquí la formació adaptada i l'aprenentatge al llarg de tota la vida són bàsics. Cal entendre les persones grans com a agents actius que necessiten satisfer les seves demandes, i no ens podem permetre excloure'ls pel fet que no tinguin accés a Internet.

### 3. Objectiu de l'estudi

L'objectiu principal d'aquest capítol és fer una aproximació a l'estudi de les notícies publicades a la premsa de les Illes Balears. L'aproximació consisteix en una anàlisi exploratòria que permeti enunciar hipòtesis de treball i de recerca sobre el tractament que es dona a les persones grans i el procés d'envelliment a la premsa de les Illes Balears. Per oferir aquesta visió de les persones grans a través de la premsa, s'han recollit les notícies publicades en periòdics de les Illes Balears en el transcurs d'un any.

## 4. Mètode

### 4.1. Criteris de cerca

Per dur a terme aquest estudi s'ha consultat una mostra representativa formada per dinou periòdics que publiquen notícies a les Illes Balears: *Ara Balears*, *Baleares Sin Fronteras*, *Canal 4 Diario*, *Ciutat*, *Crónica Balear*, *Diari de Balears*, *Diario de Calvià*, *Diario de Mallorca*, *Diario de Marratxí*, *Europapress Baleares*, *Gente de Palma*, *Ibeconomía*, *Mallorca Confidencial*, *Mallorca Diario*, *Manacor Comarcal*, *Manacor Noticias*, *Noticias Mallorca*, *Sa Veü*, *Sóller* i *Última Hora Mallorca*. Les fonts d'informació s'han consultat a través de les pàgines web i de cercadors integrats en línia d'aquests periòdics.

La selecció de notícies s'ha realitzat seguint uns criteris de cerca prèviament definits. En primer lloc, les notícies seleccionades havien d'estar publicades en els repositoris en línia dels periòdics i havien d'haver estat publicades entre l'1 de març de 2019 i l'1 d'abril de 2020.

Les paraules clau utilitzades en la cerca són, en castellà: *envejecimiento*, *mayor/mayores*, *abuelo/a*, *anciano/a*, *senectud*, *senil*, *viejo/a*, *jubilado/a*, *jubilación*, *tercera edad*, *avanzada edad*; i en català: *envelliment*, *major/majors*, *padrins/les*, *ancià*, *senectut*, *senil*, *vella*, *jubilat*. Totes les paraules clau van ser introduïdes als cercadors, no obstant això, algunes de les paraules clau no van donar cap resultat, com, per exemple, *senectut*, *senil* i *vell/a*.

## 4.2. Procediment

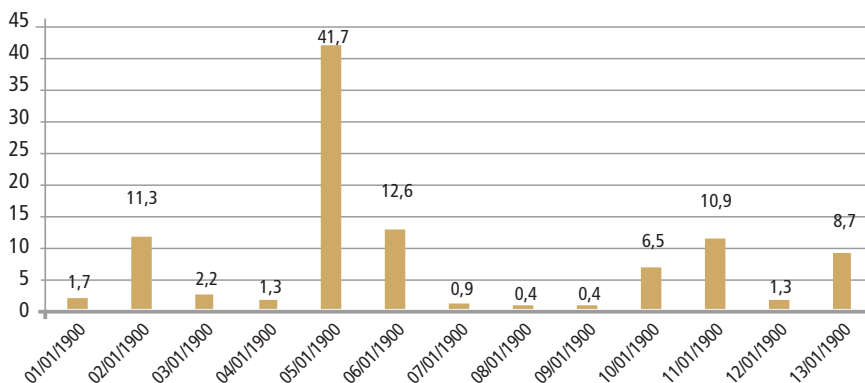
Quant al procediment de cerca, la tasca de cerca i selecció de notícies s'ha realitzat durant tot el mes de març de 2020. La tasca de cerca i selecció s'ha dut a terme en paral·lel. L'han duta a terme dues persones que són alumnes col·laboradores de la Universitat de les Illes Balears, Maria Mercè Lliteras Gomila i Marta Canals Quetglas, que pertanyen al grau d'Educació Social i al de Pedagogia, respectivament.

Els periòdics van ser repartits a parts iguals entre les alumnes que havien de fer la cerca, seguint els mateixos criteris d'inclusió. Es va dissenyar una fitxa per a la recollida d'informació, es va familiaritzar les alumnes col·laboradores en l'ús de l'eina de recollida d'informació i posteriorment van realitzar la cerca a través dels repositoris web de cada mitjà. Una vegada les alumnes van finalitzar la cerca, es van passar les dades als programes Excel i SPSS. Posteriorment, es va analitzar la informació i es va elaborar l'informe.

## 5. Resultats

A partir de la cerca als periòdics, en el transcurs d'un any s'han trobat 230 notícies publicades relacionades amb població gran. Dels dinou periòdics consultats, només tretze contenen notícies<sup>1</sup> a partir de les paraules clau utilitzades per a la cerca (68,3%), i un no va ser possible consultar-lo a causa de problemes amb el cercador. Dels periòdics consultats, un destaca amb claredat, ja que ha publicat el 41,7% de les notícies ( $n = 96$ ), seguit d'uns altres, amb el 12,6%, l'11,3% i el 10,9% (vegeu el gràfic 1). Del total de notícies, el 17,8% ( $n = 41$ ) es va comprovar que es trobava repetidament en altres periòdics.

**Gràfic 1 | Percentatge de notícies recollides en cada periòdic**



Font: Elaboració pròpia

<sup>1</sup> Les dades recollides s'analitzen globalment, ja que l'objectiu de l'estudi és donar una visió general de la imatge de les persones grans a la premsa balear.



Quant a la freqüència i el percentatge de notícies per mesos en un any (vegeu la taula 1), els mesos amb major nombre de notícies són març ( $n = 52$ ), juny ( $n = 26$ ) i novembre ( $n = 22$ ). Durant 2019 es van publicar 177 notícies ( $n = 177$ ) pertanyents a dotze periòdics diferents. El 2020, en els tres mesos que s'han revisat, hi ha hagut un total de 53 notícies ( $n = 23$ ) pertanyents a vuit periòdics.

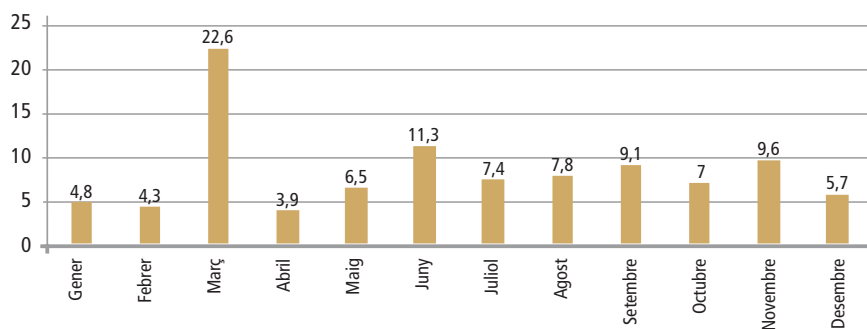
**Taula 1** | *Freqüència i percentatge de notícies publicades per mesos durant un any*

Mesos	Freqüència	Percentatge
Gener	11	4,8%
Febrer	10	4,3%
Març	52	22,6%
Abril	9	3,9%
Maig	15	6,5%
Juny	26	11,3%
Juliol	17	7,4%
Agost	18	7,8%
Setembre	21	9,1%
Octubre	16	7%
Novembre	22	9,6%
Desembre	13	5,7%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

Font: Elaboració pròpia

El mes amb major nombre de notícies és el març, que concentra el 22,6% de les notícies (vegeu el gràfic 2). En el cas del mes de març, el 61,5% de les notícies són de l'any 2020 ( $n = 32$ ). Del total de notícies publicades el març de 2020, el 68,7% és sobre l'impacte de la COVID-19.<sup>2</sup>

**Gràfic 2** | *Percentatge de notícies per mes*



Font: Elaboració pròpia

<sup>2</sup> Acrònim de l'anglès *coronavirus disease-2019*.

Pel que fa al territori de les notícies (vegeu el gràfic 3), destaquen les notícies d'àmbit local ( $n = 123$ ), seguides de les notícies de caràcter autonòmic ( $n = 50$ ) i estatal ( $n = 41$ ). Mentre que les notícies d'àmbit internacional són anecdòtiques ( $n = 12$ ). De les 123 notícies d'àmbit local, el 29,6% són notícies que pertanyen a la localitat de Palma ( $n = 68$ ), tan sols tres notícies són de municipis de l'illa de Menorca (2,9%) i dues de l'illa d'Eivissa (1,9%).

**Gràfic 3** | *Notícies en funció del territori*



Font: Elaboració pròpia

Les notícies s'han classificat en diferents categories en funció del contingut principal:

- a) Política i economia: notícies que fan referència a la posada en marxa de polítiques dirigides a persones grans, activitats de caràcter polític relacionades amb aquest col·lectiu i altres elements relacionats amb la seva economia, com la jubilació i les pensions.
- b) Societat i successos: notícies que estan relacionades amb fets que esdevenen en la societat balear i successos desgraciats, com desaparicions, accidents, agressions i altres delictes.
- c) Salut i benestar: notícies que fan referència a la salut i el benestar de les persones grans. Alguns dels temes més rellevants són sobre situació de la dependència, la necessitat d'estratègies que fomentin l'envelliment actiu, qualitat de vida, aspectes relacionats amb la cura residencial i la situació d'emergència sanitària a causa de la COVID-19.
- d) Oci i participació: notícies sobre esdeveniments socials i activitats realitzats per persones grans o dirigits per gent gran. També destaquen les notícies sobre activitats de participació veïnals i la promoció d'oci i temps lliure per a persones grans.
- e) Estudis i recerca: notícies elaborades a partir de la publicació de dades d'un estudi realitzat per un organisme de recerca.

A la taula 2 es pot observar la distribució de freqüències en funció de la temàtica principal. Al gràfic 4 es mostra el percentatge corresponent a cadascuna de les categories. En aquest sentit, destaquen els percentatges de les notícies sobre societat i successos ( $n = 88$ ), seguides de les de política i economia ( $n = 48$ ).

**Taula 2** | *Freqüències en funció de la temàtica de les notícies*

Temàtica	<i>n</i>
Política i economia	48
Societat i successos	88
Salut i benestar	34
Oci i participació	34
Estudis i recerca	26

Font: Elaboració pròpia

**Gràfic 4** | *Percentatge en funció de la temàtica*



Font: Elaboració pròpia

Quant a la forma en què es presenta el contingut de la notícia, el 34,8% ( $n = 80$ ) han enfocat el contingut de manera positiva, és a dir, es proporciona una imatge positiva de les persones grans i la seva situació. Mentre que el 27,8% ( $n = 64$ ) proporcionen una imatge negativa del col·lectiu a través de prejudicis, posen excessivament l'èmfasi en la dependència i en els problemes associats a l'edat, o reflecteixen situacions denigrants, humiliants o fins i tot agressions contra les persones grans. D'altra banda, el 37,4% ( $n = 86$ ) ofereix una notícia de caràcter neutral, merament informativa i descriptiva de la situació tractada.

També s'ha analitzat si les notícies inclouen o no material fotogràfic, i trobam que el 12,6% de les notícies no en té ( $n = 29$ ), el 85,2% sí que adjunta una imatge ( $n = 185$ ) i el 2,2% ( $n = 5$ ), a més d'imatge, mostra enllaços a vídeos o a publicacions en xarxes socials. Quant a la valoració de la imatge, al gràfic 5 s'observa que el 71% de les imatges es classifiquen com a neutrals ( $n = 142$ ), seguides molt per darrere per les valorades de manera positiva ( $n = 43$ ) i les negatives ( $n = 14$ ).

**Gràfic 5** | *Percentatge d'imatges en funció de la seva valoració*

Font: Elaboració pròpia

Seguint amb l'anàlisi de les imatges, s'observa que el 50,3% ( $n = 100$ ) es corresponen amb imatges vinculades de manera directa amb el contingut de la notícia. El 48,7% ( $n = 97$ ) també estan relacionades amb el contingut de la notícia però indirectament, mentre que la resta, l'1% ( $n = 2$ ), són imatges que no estan relacionades de cap manera amb el contingut informatiu.

## 6. Conclusions i discussió

Els resultats de l'estudi exploratori ofereixen una visió general sobre com s'aborden les notícies de persones grans a la premsa digital i quin lloc ocupen. Seguint treballs com el d'Antón Crespo i Fernández Ramos (2018) i Santibáñez i Latorre (2013, citat a Hidalgo i Pérez, 2016), i després de l'anàlisi de les notícies publicades a la premsa digital de les Illes Balears, les notícies sobre les persones grans i per a les persones grans són poc freqüents. La representació de les persones grans està orientada a les categories de notícies sobre societat i successos, política i economia, i es deixen de costat altres aspectes rellevants com la salut i la qualitat de vida, i l'oci i la participació.

Tenint en compte que els mitjans de comunicació són generadors d'opinió, de valors i d'estils de vida (Aznar et al., 2016), i no mers transmissors d'informació, la representació dels interessos i les necessitats de les persones grans és escassa. Això pot entendre's a conseqüència de la bretxa digital que afecta les persones més grans de 55 anys (Pérez Díaz et al., 2020) quant a l'ús d'Internet i, per consegüent, a l'ús de la premsa digital.

En general, la premsa balear i les notícies revisades ofereixen una visió positiva o neutra. No obstant això, algunes notícies continuen oferint una imatge negativa o excessivament centrada en la dependència i en els problemes associats a l'edat. Els mesos de major freqüència segueixen un patró trimestral i la freqüència quant a territori té un caràcter local. Cal destacar que en el darrer període de recollida de notícies la freqüència de notícies publicades sobre persones grans es va veure incrementada a causa de la situació sanitària extraordinària provocada per la COVID-19, i en aquest cas,

les notícies informaven sobre les conseqüències negatives que ha tingut en la població gran. En relació amb el material fotogràfic, en general és de caràcter neutral i pot estar relacionat o no de manera directa amb el contingut.

A partir dels resultats, creiem que, malgrat els esforços, encara queda molt per fer respecte a la representació positiva de les persones grans, l'atenció dels seus interessos i necessitats d'informació. Se suggereix que la premsa digital podria fer un intent d'estudiar els seus lectors més grans de 65 anys, un grup heterogeni quant a interessos, necessitats, ús de tecnologia i lectura de premsa, per respondre a les seves necessitats d'informació, i per establir un protocol de tractament d'informació que fa referència a l'envelliment i les persones grans.

Una de les limitacions més importants d'aquest estudi és que la cerca s'ha realitzat únicament a partir dels cercadors de les pròpies pàgines, cosa que no garanteix que les notícies que apareixen són totes les que s'han publicat. A més, la majoria dels repositoris web no estan adaptats per fer la cerca en funció de diferents criteris (per any, temàtica, paraules clau, etc.). Una altra de les limitacions té a veure amb la valoració subjectiva de les notícies, ja que no disposem de criteris únics per valorar els aspectes més subjectius que tenen a veure amb el contingut, la interpretació dels fets i les situacions. Una possibilitat de millora de la recerca futura implica avaluar la fiabilitat interjutges, a fi de fer la cerca als periòdics de manera paral·lela, amb l'establiment de criteris de classificació més definits i ajustats i el càlcul dels nivells d'acord.

## Referències bibliogràfiques

Abad, L. (2014). Diseño de programas de e-inclusión para la alfabetización mediática de personas mayores. *Comunicar*, 42 (XXI), 173-180. <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-17>.

Antón, M. C., i Fernández, M. Y. R. (2018). La tercera edad en los contenidos informativos de la prensa digital. Estudio empírico de los encuadres noticiosos sobre las personas mayores de Castilla y León. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 33-50. <https://doi.org/10.5209/ESMP.59936>.

Aznar, H., Álvarez, A., i Suay, A. (2016). Estudio sobre la contribución de la radio al envejecimiento activo. Fase inicial: análisis cuantitativo de la presencia de la vejez en los magazines de radio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 143-162.

Bisbal, M. (2000). El encuentro de la cultura y la comunicación en el consumo cultural: una perspectiva de comprensión. *Portal de la Comunicación / Cátedra UNESDO de Comunicación*.

Carretón, M. C., i Ramos, I. (2012). Presencia y representación de las personas mayores en la publicidad televisiva: el caso español. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 47(2), 55-61.

Casado, R. M., Lezcano, F., i Rodríguez-Conde, M. J. (2015). Envejecimiento activo y acceso a las tecnologías: un estudio empírico evolutivo. *Comunicar*, 45, 37-46. <http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-04>.

Castells, M. (2002). La dimensión cultural de internet. Universitat Oberta de Catalunya, juliol. <https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html>

Fernández, F. P. (2003). Estudios sociológicos de la educación. A F. Fernández (coord.). *Sociología de la Educación* (pp. 1-34). Pearson.

Fernández, Y. R., i Antón, M. C. (2018). Personas mayores y de género en la prensa digital: estudio empírico desde la teoría del framing. *Prisma Social*, 21, 317-337.

Fernández-Ballesteros, R. (2011). Como quieren ser tratadas las personas mayores. A M. P. Gómez, i P. Díaz (coords.). *Guía práctica del buen trato a las personas mayores* (pp. 15-24). Sociedad Española de Geriatria y Gerontología.

González-Oñate, C., Fanjul-Peyró, C. i Cabezuelo-Lorenzo. (2015). Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España. *Comunicar*, 45, 19-28. <http://dx.org/10.3916/C45-2015-02>

Hidalgo, J. i Pérez A. (2016). La influencia de los medios de comunicación en la percepción de las personas mayores. *Revista Multidisciplinaria Dialógica*, 13(2), 212-232.

Hurd C. (1999). "We're Not Old!": Older Women's Negotiation of Aging and Oldness. *Journal of Aging Studies*, 13(4), 419-439.

Karen A. (2006). Portrayal of the elderly in the media: a literature review and implications for educational gerontologists. *Ed Gerontol*, 19(1), 71-85. <https://doi.org/10.1080/0360127930190107>

Losada, A. (2004). *Edadismo: consecuencias de los estereotipos, del prejuicio y la discriminación en la atención a las personas mayores. Algunas pautas para la intervención*. Portal Mayores, Informes Portal Mayores, 14. <http://www.imsersomayores.csic.es/documentos/documentos/losada-edadismo-01.pdf>

Pérez, J. D., Abellán, A., Aceituno, P., i Ramiro, D. (2020). *Un perfil de las personas mayores en España. Indicadores estadísticos básicos*. Informes Envejecimiento en Red, 25. <http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-indicadoresbasicos2020.pdf>.

Rodríguez, F. M. (2010). El consumo de la televisión en las personas mayores. A J. M. Pérez (coord.). *Alfabetización mediática y culturas digitales*. Universitat Autònoma de Barcelona.

## Autores

### MARIA VALERO DE VICENTE

Doctora en Ciències de l'Educació per la Universitat de les Illes Balears (UIB). Màster en Intervenció Psicològica en Àmbits Clínics i Socials, i Psicòloga General Sanitària. Actualment és professora ajudant del Departament de Pedagogia i Didàctiques Específiques de la UIB i membre actiu del Grup de Recerca i Formació Educativa i Social (GIFES). Entre els seus interessos de recerca destaquen el treball en competències familiars, els programes de prevenció basats en l'evidència i la prevenció de conductes de risc en la infància i l'adolescència.

### MARGA VIVES BARCELÓ

(Palma, 1978). Llicenciada en Psicopedagogia i doctora amb menció europea en Ciències de l'Educació per la UIB. Professora contractada doctora interina del Departament de Pedagogia i Didàctiques Específiques. Entre les seves línies de recerca principals destaquen la qualitat de vida, el suport social a les persones grans, l'aprenentatge al llarg de tota la vida, les relacions intergeneracionals i la gestió de conflictes. Ha fet una estada a la Universitat de Sheffield, on va treballar amb el doctor Alan Walker en la qualitat de vida de la gent gran. És membre del Grup d'Investigació i Formació Educativa i Social (GIFES) de la UIB, membre suplent de l'Observatori de les Persones Majors (IMAS) i participant en la comissió de Protecció del Major d'aquest observatori.