

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

GRADO EN PERIODISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

LA REPRESENTACIÓN EDADISTA DE LAS PERSONAS MAYORES: ANÁLISIS DE LAS SERIES DE TELEVISIÓN MÁS CONSUMIDAS EN 2022

AUTORA: LUCÍA LEAL GARCÍA

REALIZADO BAJO LA TUTELA DEL PROFESOR/A:

LEONARDA GARCÍA JIMÉNEZ

CONVOCATORIA: JUNIO DE 2023

CURSO 2022-2023

ÍNDICE

1	RESUMEN.....	3
2	INTRODUCCIÓN.....	5
2.1	OBJETO DE ESTUDIO.....	5
2.2	OBJETIVOS.....	6
2.3	HIPÓTESIS.....	6
2.4	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
3	MARCO TEÓRICO.....	7
3.1	EDADISMO.....	7
3.1.1	Contexto sociodemográfico.....	7
3.1.2	Edadismo como forma de discriminación.....	9
3.1.3	Clases de edadismo y sus efectos.....	12
3.2	MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REPRESENTACIONES SOCIALES E IMAGINARIOS COLECTIVOS.....	14
3.2.1	Concepto y características de los imaginarios sociales.....	14
3.2.2	La televisión como fuente de expresión de los imaginarios colectivos.....	17
3.3	REPRESENTACIÓN EDADISTA E IMAGINARIOS COLECTIVOS SOBRE LAS PERSONAS MAYORES.....	20
3.3.1	Estudios previos sobre la representación edadista en los medios de comunicación....	20
3.3.2	Estereotipos derivados de estudios previos.....	23
4	METODOLOGÍA.....	27
5	RESULTADOS.....	32
5.1	PERSONAJES ANALIZADOS.....	32
5.2	RESULTADOS DEL NIVEL MACRO: DISCURSOS NARRATIVOS SOBRE LA TERCERA EDAD	35
5.3	RESULTADOS DEL NIVEL MICRO: ROLES, ACCIONES Y RELACIONES DE LOS PERSONAJES.....	37
5.3.1	Papel de las personas mayores en las series de televisión.....	37
5.3.2	Acciones-verbos utilizados y sus implicaciones.....	44
5.3.3	Relaciones de los personajes mayores y contexto.....	47
6	CONCLUSIONES.....	51
7	BIBLIOGRAFÍA.....	53

1 RESUMEN

El edadismo se define como todo aquel estereotipo, prejuicio o discriminación hacia las personas de edad avanzada. En el año 2021, la Organización Mundial de la Salud señaló el edadismo como una de las formas de discriminación más común en el mundo. Las series de ficción, como principal fuente de entretenimiento, tienen un papel fundamental en el proceso de representación de este colectivo social, lo cual repercute de forma directa en la concepción que los espectadores tienen de este.

Esta investigación tiene como principal objetivo analizar la representación que las series de ficción hacen sobre las personas de tercera edad con la intención de comprobar si la imagen que se personifica refuerza la discriminación edadista. Con dicho propósito se ha desarrollado un análisis crítico del discurso sobre las 4 series de ficción más consumidas a nivel global durante el año 2022. En el estudio se han considerado distintos aspectos desde los discursos narrativos que ofrecen los personajes de tercera edad en las ficciones, hasta los roles sociales en los que se les marca en función de su peso narrativo.

Los resultados de esta investigación corroboran que las series de ficción más consumidas a nivel global muestran una representación de la tercera edad basada en prejuicios discriminatorios edadistas. Atributos como la sabiduría, la irritabilidad o el padecimiento físico han sido presentados de forma sistemática a la hora de representar a las personas mayores en la muestra analizada, lo que confirma la perpetuación de esta forma de discriminación a través de los productos culturales. Como conclusión se apunta la necesidad de promover relatos mediáticos desprejuiciados sobre la tercera edad que potencien la inclusión social de este grupo.

Palabras clave: Televisión; ficción televisiva; representación generacional; edadismo; tercera edad; personas mayores.

ABSTRACT

Ageism is defined as any stereotyping, prejudice, or discrimination towards older people. In 2021, the World Health Organisation identified ageism as one of the most common forms of discrimination in the world. Fictional series, as the main source of entertainment, play a fundamental role in the process of representing this social group, which directly affects the viewers' perception of it.

The main objective of this research is to analyse the representation of older people in fiction series in an attempt to ascertain whether the image that is personified strengthens ageist discrimination. For this purpose, a critical analysis of the discourse on the 4 most consumed fiction series at a worldwide scale in 2021 has been conducted. Different aspects have been examined in the study, ranging from the narrative discourses offered by the old-age characters in the fiction series to the social roles in which they are portrayed according to their narrative significance.

The results of this research confirm that the most widely consumed fiction series globally display a representation of the older generation based on ageist discriminatory prejudices. Attributes such as wisdom, irritability or physical suffering have been systematically represented when it comes to representing older people in the sample analysed, which confirms the perpetuation of this form of discrimination through cultural products. As a conclusion, it points out the need to promote unprejudiced media narratives about the elderly that enhance the social inclusion of this group.

Keywords: Television; TV fiction; generational representation; ageism; old age; older people.

2 INTRODUCCIÓN

En el contexto demográfico actual, se vive una evidente tendencia al envejecimiento progresivo de la sociedad. El aumento de la esperanza de la vida, y el consiguiente crecimiento de la población de tercera edad, demostrado por el Instituto Nacional de Estadística, así lo confirma (INE, 2022).

Pese a este advertido proceso de envejecimiento, el colectivo de las personas mayores es uno de los más afectados por la discriminación edadista. Se entiende por edadismo a todo aquel prejuicio o comportamiento discriminatorio por razones de edad, especialmente por motivos de edad avanzada. La Organización Mundial de la Salud clasificó este “-ismo” como una de las formas de discriminación más comunes en el mundo actual (OMS, 2021). Al tratarse de una desigualdad tan arraigada en nuestra cotidianidad, pasa fácilmente desapercibida y está socialmente más aceptada que otras formas de sesgo (OMS, 2021), sin embargo sus consecuencias para las personas mayores, y en extensión el conjunto de la población, son considerablemente relevantes. Esto es así debido a que millones de personas mayores se ven afectadas por esta forma de discriminación en distintos aspectos de su vida cotidiana, lo que supondrá repercusiones en su bienestar físico, psicológico y emocional.

Los medios de comunicación, como fuente principal de información y entretenimiento, desempeñan un papel clave a la hora de construir y difundir estas representaciones peyorativas de las personas mayores. Ha sido este significativo poder el que ha originado la necesidad de este estudio. El objetivo principal es analizar la imagen que se configura de las personas mayores en los productos de ficción que se transmiten por estos medios de comunicación.

2.1 OBJETO DE ESTUDIO

El peso actual de los productos de ficción como configuradores de las representaciones sociales de nuestra realidad ha suscitado el objeto de estudio de esta presente investigación, la cual se centrará en analizar la imagen estereotipada de las personas mayores en las 4 series de televisión más vistas en el año 2022 en la plataforma Netflix. Se examinarán un total de 35 capítulos, comprendidos entre la cuarta temporada de *Stranger Things*, la primera temporada de *Miércoles*, la primera temporada de *Dahmer-Monstruo: la historia de Jeffrey Dahmer* y la segunda temporada de *Bridgerton*. Se procederá a un análisis crítico de los 35 capítulos de estas 4 series de

ficción en la construcción de los personajes mayores en ellas, así como sus roles, acciones y relaciones dentro de las tramas narrativas.

2.2 OBJETIVOS

En esta trabajo de investigación el objetivo general del mismo, tal y como se ha mencionado, es analizar la representación de las personas de tercera edad en las series de ficción. De una forma más específica, se puede desglosar esta finalidad en distintos propósitos concretos:

- Estudiar cómo se lleva a cabo la construcción discursiva de la tercera edad en las series de ficción.
- Analizar de forma crítica cómo la representación de las personas mayores en estos productos culturales responde a pensamientos edadistas.
- Examinar los estereotipos y prejuicios derivados de la representación de las personas mayores en la ficción más vista a nivel mundial.

2.3 HIPÓTESIS

Tomando de base los objetivos anteriores, se plantean una serie de hipótesis las cuales se tratarán de corroborar a partir de la análisis crítico de las series de ficción:

H1. Las series de ficción más consumidas a nivel mundial ofrecen una representación edadista de las personas de tercera edad.

H2. Las personas mayores tienden a desempeñar papeles secundarios en las series de ficción como personajes de apoyo, con una escasa trama narrativa propia.

H3. Las personas mayores representadas en las series de ficción basan su trama narrativa en ayudar al personaje protagonista, con el que mantienen una relación familiar o de vecindad y se presentan, por tanto, a partir del rol estereotipado de refuerzo.

2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

A nivel europeo, al menos una de cada tres personas en el mundo ha sido víctima de comportamientos o actitudes edadistas (OMS,2021). Esta forma de discriminación por motivos de edad afecta actualmente en el mundo a millones de ciudadanos, lo que

supone un considerable y extendido problema social. Las consecuencias a nivel físico y psicológico que este “-ismo” tiene sobre las personas mayores han quedado demostradas, así como las repercusiones sociales que conlleva la discriminación de un colectivo de población tan amplio.

Mi pretensión con este Trabajo Fin de Grado es arrojar luz sobre esta forma de discriminación tan desconocida a día de hoy tanto por la población en general, como por las propias personas mayores. Se trata, a su vez, de una forma de sesgo muy poco estudiada por los investigadores, aún más en el ámbito de la comunicación. Asimismo, las series de televisión han suscitado poco interés por parte de la literatura científica, por lo que me ha parecido conveniente abordar la investigación hacia este campo de estudio.

El interés de esta investigación no solo pasa por la de dar visibilidad a esta discriminación tan arraigada, sino también la de desvelar los procesos de dominio del discurso que, de forma tan inconsciente, vivimos en la actualidad a través de los medios de comunicación. El público es merecedor de una representación certera y digna de todos los colectivos que forman parte de la comunidad social, así como la heterogeneidad con la que cada uno cuenta. Es por ello por lo que con esta investigación se intentará poner de manifiesto el injusto y discriminado trato que reciben las personas mayores por parte de los medios de comunicación.

3 MARCO TEÓRICO

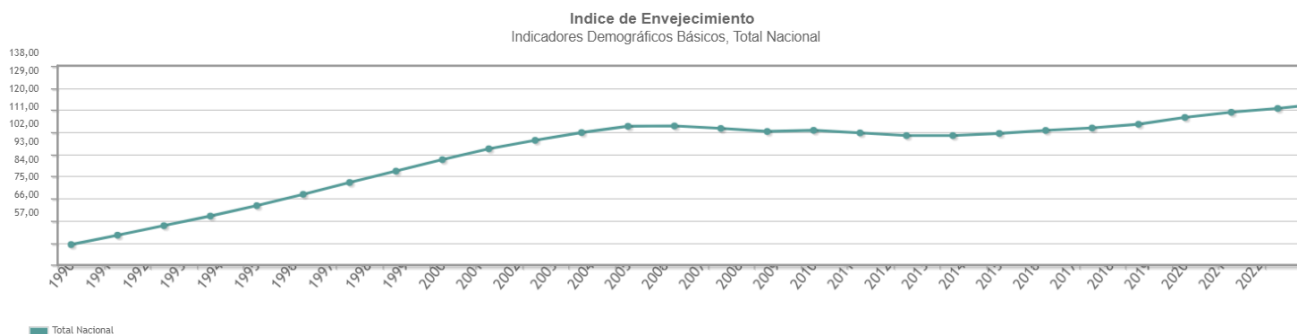
3.1 EDADISMO

3.1.1 Contexto sociodemográfico

En la actualidad, la población europea y, más concretamente la población española, está viviendo un proceso de envejecimiento. Tal y como señalan los indicadores estadísticos del Instituto Nacional de Estadística, esta tendencia puede apreciarse a través de distintas formas. La primera de ellas es el crecimiento en la proporción de personas mayores en la sociedad. En España, frente al 17.01% del año 2001, encontramos en 2022 que la población de más de 65 años llega hasta el 20.08%. Otra de las evidencias de esta propensión es el aumento de la edad mediana de la población europea que ha pasado de los 37.57 años en 2001 a los 45.13 en 2022. Cuando continuamos el análisis de los datos estadísticos, también podemos apreciar otras señales sobre este envejecimiento de la población como es el aumento de la esperanza

de vida en España. De los 79.67 años con los que iniciamos el siglo XXI, se han alcanzado los 83.6 el pasado 2021.

Figura 1: Índice de Envejecimiento España 1990-2023



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

Todos estos indicadores nos hacen comprobar el progresivo ensanchamiento de la pirámide demográfica en la cúspide. Igualmente, los datos nos hacen indicar que no se trata de un fenómeno temporal, sino que la tendencia existente será progresiva durante las siguientes décadas. El envejecimiento de la población está trayendo consigo efectos ya visibles en la sociedad como pueden ser la mayor heterogeneidad de características entre las personas de más de 65 años o el incremento de autonomía y libertad en la tercera edad (Abades y Rayón, 2012)

Sin embargo, este hecho también suscita retos importantes para nuestra sociedad en un futuro próximo como pueden ser a nivel económico, el equilibrio del sistema de pensiones, o a nivel social, la natalidad. Asimismo, supondrá un mayor número de población envejecida susceptible de experimentar discriminación edadista, lo que hace aún más relevante el objetivo de nuestro estudio. Este cambio de paradigma convierte el edadismo en una problemática social todavía más significativa para ser estudiada.

Las sociedades siempre han empleado distintas características fisiológicas o sociales para describir y categorizar a los miembros de esta: género, edad, raza...En muchas ocasiones, estos rasgos diferenciadores han sido el origen y motivo de actitudes discriminatorias. Algunas de las más conocidas son el racismo o el sexismo, sin embargo también existe otro “-ismo” algo menos apreciado, y que igualmente afecta a nuestra sociedad, el edadismo.

Antes de hablar de edadismo como discriminación por motivos de edad, es relevante tener en consideración previamente cómo las sociales actuales entienden la vejez. La edad y el proceso de envejecimiento son indiscutiblemente procesos orgánicos de la vida humana, que se relacionan con el paso del tiempo. Resulta innegable afirmar que el ser humano presenta diferencias fisiológicas a medida que aumentan sus años de vida y, que por lo tanto, cambia de etapa generacional.

Sin embargo, cabe mencionar que la vejez no se trata únicamente de un proceso biológico, sino que también conlleva y demanda cambios a nivel social y psicológico. Cada etapa de la vida de una persona lleva asumida ciertos roles socioculturales, que caracterizan el estado generacional en el que se encuentra. Este hecho implica de una forma directa que a medida que una persona se hace mayor, va perdiendo los roles que desempeñaba en la sociedad en sus años atrás para asumir un nuevo papel en esta. Más concretamente, las sociedad capitalistas observan a las personas mayores que se jubilan, como personas que “abandonan” su función social de productividad económica, lo que lleva consigo una pérdida de su valor en la comunidad (Amezcuca y García, 2022). En este sentido, la vejez se entiende como un proceso mucho más extenso de la biología, a consecuencia de su repercusión en el plano social de las personas. Esta concepción del envejecimiento, y la idea que se genera sobre las personas de la tercera edad, está en el origen del edadismo como una forma de discriminación social.

3.1.2 Edadismo como forma de discriminación

Según la Organización Mundial de la Salud (2021), el edadismo se refiere a los “estereotipos, prejuicios y discriminación contra otras personas o autoinfligido por razones de edad” (p.110). Se entiende de esta manera que el edadismo se produce cuando se utiliza la edad como motivo discriminatorio hacia una persona, lo cual implica un daño, desventaja o injusticia hacia la misma (OMS, 2021).

El edadismo puede presentarse de formas muy diversas, a lo largo de las distintas etapas generacionales de la vida. Principalmente, son dos los grupos intergeneracionales que se ven afectados por el edadismo: los jóvenes y las personas mayores. Las edades más tempranas y aquellas más avanzadas son las mayores perjudicadas por esta discriminación. En ambos casos, se tiende a la generalización de las personas pertenecientes a este grupo de edad, a través de la homogeneización de

sus capacidades físicas y mentales, sus competencias sociales y sus creencias políticas y religiosas (OMS, 2021).

Existe cierta disparidad sobre si este término engloba de manera igualitaria las formas de discriminación por edad hacia los distintos grupos intergeneracionales, o si por el contrario debería prestar especial atención hacia las personas mayores como colectivo social más gravemente damnificado. En el objeto de este trabajo, nos limitaremos a analizar únicamente la perspectiva del edadismo que afecta directamente a los grupos de edad más avanzada.

Dentro de cualquier forma de discriminación, podemos diferenciar distintas dimensiones. En el caso del edadismo, podríamos hablar de tres componentes: estereotipos, prejuicios y discriminación (Fernández-Ballesteros y Huici, 2022). En primer lugar, encontramos los estereotipos edadistas entendidos como todas aquellas ideas preconcebidas sobre cómo son las personas de una determinada edad. El edadismo supone un caso diferenciado de discriminación, pues los estereotipos que se asocian a las personas mayores pueden ser tanto positivos como negativos. Algunos de los estereotipos más comunes asociados a las personas mayores son las ideas de que son personas vulnerables, poco sociales o deprimidas, pero al mismo tiempo también presentan características como la calidez y la sabiduría. “Al tratarse, por definición, de una generalización excesiva, tanto los denominados estereotipos positivos como los negativos son inexactos y pueden ser perjudiciales” (OMS, 2021, p. 19).

En segundo lugar, se sitúan los prejuicios, que aluden a aspectos valorativos o afectivos. Podrían definirse como las actitudes o sentimientos que se despiertan hacia este colectivo a raíz de los estereotipos previos, como pueden ser los sentimientos de lástima o solidaridad.

En tercer lugar, estaría la parte propia de la discriminación, la cual hace referencia a los comportamientos o acciones discriminatorios hacia los miembros de un grupo intergeneracional concreto derivados de los prejuicios y estereotipos. Retomando el ejemplo de las personas mayores, podríamos destacar “el uso de un lenguaje que los infantiliza, el diseño de herramientas digitales como apps y programas de telefonía móvil que no tienen en cuenta la barrera tecnológica, la despersionalización, la infravaloración de su tiempo, hacerles sentir que son un gasto, una carga...” (Seco-Lozano, 2022, p. 8).

Las actitudes edadistas hacia las personas mayores suelen ser cotidianas en nuestro día a día, sin embargo, a diferencia de otras como las sexistas o las racistas, están

mucho más aceptadas socialmente y mucho más implícitas en nuestro subconsciente natural (Officer y de la Fuente-Núñez, 2018). Esta forma de discriminación está tan interiorizada en nuestro pensamiento colectivo, que no llega a percibirse como un acto de injusticia hacia la tercera edad. Probablemente, una de las cuestiones que también justifica estas conductas edadistas es el hecho de que todos los que las realizan no muestran un odio o vergüenza hacia estas personas, en contraposición a lo que ocurre en otros “-ismos” como el racismo o el machismo (Levy y Banaji, 2002 en Sánchez, 2004). En la sociedad actual, los comportamientos edadistas forman parte de la cultura comunitaria, es por ello porque en la mayoría de los casos las personas que estigmatizan la vejez no se ven públicamente controvertidas.

Al mismo tiempo, el edadismo también presenta otras diferencias respecto a otras formas de discriminación social. Mientras que otros “-ismos” diferencian por un sesgo como la raza o el género a un grupo o colectivo social aparentemente estable, el edadismo excluye a una conjunto de población variable. En mayor o menor medida, todos aquellos que ejercer actitudes edadistas se verán condenados a sufrirlas en un futuro, algo que no sucede con el racismo o el machismo. Lo llamativo del edadismo es que se actúa de manera discriminatoria sobre un grupo generacional al que de forma inevitable con el paso del tiempo se llegará también, y por lo tanto se será a su vez víctima (Redondo, 2022).

En relación a este asunto sobre la variabilidad del colectivo afectado por el edadismo, también cabe mencionar que el grupo de edad que más comete actos edadistas es la mediana edad. Ángel Redondo (2022) argumenta que esto puede deberse a su proximidad temporal con el grupo de la vejez, lo que les lleva a sosegar su temor a esta etapa vital a través de un comportamiento discriminatorio que refuerce su imagen “joven”.

El edadismo también puede darse de las mano junto con otras formas de sesgo. Dos de las interrelaciones más frecuentes del edadismo, y que por lo tanto han sido estudiadas en mayor detalle, son el sexismo y el capacitismo (OMS, 2021). Las mujeres mayores han sido reconocidas como las más afectadas por la discriminación, al verse bajo la doble presión de las imposiciones patriarcales y los estándares de juventud. Al mismo tiempo, la similitud entre los estereotipos de “calidez pero poca competencia” (p.22) han dado la vinculación entre las personas mayores y las personas con discapacidad.

3.1.3 Clases de edadismo y sus efectos

A la hora de seguir profundizando en el estudio del edadismo, es importante diferenciar las distintas vías a través de las cuales se puede dar esta discriminación. Para ello, vamos a tomar como referencia la clasificación desarrollada en *el Informe Mundial sobre el Edadismo (2021)* realizado por la Organización Mundial de la Salud, donde el alcance del edadismo se divide en tres grandes áreas: el edadismo interpersonal, el edadismo autoinfligido y el edadismo institucional.

Cuando se habla de edadismo interpersonal, se hace referencia a todos aquellos comportamientos que de forma personal los miembros de una cultura o país ejercen sobre la tercera edad. Un estudio llevado a cabo por la OMS recogido en su informe de 2021, determinó que una de cada dos personas sostenía actitudes moderada o sumamente edadista entre los 57 países de las seis regiones mundiales. Dentro de este tipo de edadismo, podemos destacar actitudes como el trato condescendiente o el rechazo a relacionarse con ellas.

Por otra parte, tenemos el edadismo autoinfligido que alude a los prejuicios o estereotipos negativos que las propias personas mayores tienen sobre ellos mismos. Esta clase de edadismo tiene terribles repercusiones en la salud de las personas, las cuales se verán en el siguiente apartado del trabajo.

El último de los tipos de edadismos es el edadismo institucional, es decir, aquel que puede manifestar a través de las distintas instituciones. Tal vez este sea el más reconocible, dado la enorme amplitud de lugares desde los que se ejerce: atención sanitaria, asistencia social, políticas gubernamentales, medios de comunicación, lugares de trabajo... Desde las medidas sanitarias que permiten racionar la atención médica a las personas mayores, hasta las políticas de jubilación o despido por edad, las sociedades actuales practican discriminación edadista desde sus órganos institucionales. Algunos otros de los comportamientos discriminatorios hacia las personas mayores serían la falta de credibilidad que les concede el sistema judicial o la infrarrepresentación de las personas de la tercera edad en las noticias de los medios de comunicación. El edadismo también puede manifestarse en otros ámbitos como las instituciones financieras, el acceso a la vivienda, el uso de las tecnologías, la educación...

Cada vez más se va poniendo el foco de mira sobre el edadismo, en especial sobre esta última clase de discriminación. Uno de los ejemplos más reciente ha sido la polémica

generalizada por la digitalización de las entidades bancarias, la cual ha arrojado luz sobre las barreras edadistas a las que durante años se han tenido que enfrentar las personas mayores. Sin embargo, siguen siendo muchos los espacios y situaciones en los que el edadismo permanece arraigado y pasa inadvertido de forma cotidiana, es por ello por lo que se hace evidente la necesidad de una mayor visibilización sobre esta discriminación.

Todos estas manifestaciones de discriminación edadista desencadenan una serie de graves consecuencias tanto en la relación de las personas mayores con el resto de las generaciones, como en el bienestar físico y psicológico de la tercera edad.

Los prejuicios y comportamientos edadistas tienen un profundo impacto en las sociedades actuales, puesto que al igual que cualquier otro “-ismo” suponen la exclusión y trato diferenciado de una parte de la comunidad. Como resultado de esto, se produciría una ruptura en los valores de igualdad, justicia y empatía que fundamentan los estados modernos, y que, a diferencia de otras formas de discriminación, tendrá efectos directos sobre nosotros mismos en un futuro cercano.

Este conjunto de estereotipos edadistas no solo afecta a la sociedad en general creando una imagen peyorativa de este grupo de edad, sino que también genera importantes consecuencias en la salud física y psicológica de las personas mayores. En estos casos, tiene lugar lo que se conoce como edadismo autoinfligido, es decir, la tercera edad tiende también a adoptar una visión negativa de ellos mismos, como consecuencia de este trato discriminatorio. La infravaloración de las personas mayores y de sus acciones favorece a una mayor pérdida de sus capacidades e independencia (Losada, 2004). Este fenómeno ha sido descrito en casos anteriores como el de “la profecía autocumplida”, la cual ha podido ser comprobada de forma práctica a través de estudios como el de *Dependencia y autonomía funcional en la vejez. La profecía que se autocumple* (Montorio *et al.*, 2002). En el mismo, queda expuesta la relación existente entre las percepciones que mantienen los cuidadores de personas mayores y el bienestar físico de estas personas, medido en variables como su autoeficiencia. Actualmente, el exceso de incapacidad por parte de las personas mayores es principalmente motivado por estas consideraciones negativas que tiene tanto la sociedad como ellos mismos sobre su validez (Losada, 2004).

Ha quedado confirmado gracias a estudios previos (Chang *et al.*, 2020) cómo el edadismo se asocia a una peor salud física, al mismo tiempo que dificulta la recuperación de las condiciones médicas. En más del 90% de los casos analizados las concepciones

edadistas sobre las personas mayores han conducido a un condición física significativamente peor. Asimismo, existen otras investigaciones donde de forma inversa ha quedado verificada esta tendencia. En un estudio llevado a cabo en Estados Unidos (Levy *et al.*, 2012 en OMS, 2021), las probabilidades de recuperación completa de una discapacidad grave en personas mayores fueron un 44% mayor entre los pacientes con estereotipos edadistas positivos frente aquellos con una visión peyorativa de la tercera edad.

También resulta significativo mencionar el deterioro en la salud mental de las personas de tercera edad a consecuencia del edadismo. Algunos de los problemas de salud mental más frecuentes entre las personas mayores, como la depresión o la pérdida de funciones cognitivas, están motivadas en gran medida por su exposición y asimilación de estos estereotipos edadistas (Levy *et al.*, 2014; Seidler y Wolff, 2017).

3.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REPRESENTACIONES SOCIALES E IMAGINARIOS COLECTIVOS

3.2.1 Concepto y características de los imaginarios sociales

El concepto de imaginario social o colectivo ha sido estudiado a lo largo de la historia por áreas muy distintas del conocimiento, como han podido ser la sociología, la antropología, la filosofía o la comunicación (Pintos, 1995). No existe un acuerdo generalizado, pues, sobre este término, sin embargo para nuestro trabajo utilizaremos la definición de Pintos (2005): “esquemas socialmente contruidos que nos permiten percibir, explicar e intervenir en lo que en cada sistema social diferenciado se tenga por realidad” (p. 42). Según Gómez (2001), podemos entenderlos como “la arquitectura elemental a partir de la cual es posible desempeñar la función representacional, esto es, adjudicar significados a los significantes” (p.199).

Para seguir comprendiendo el alcance de los imaginarios colectivos, se recurre a Juan Luis Pintos (2005), el cual expuso que las funciones que cumplen estos en las sociedades son:

1. Generar estabilidad ante la variabilidad de las presentes relaciones sociales. En relación con la idea de “seguridad” con la que se relacionan a los imaginarios sociales, esta función hace referencia a la contribución de principios, certezas e ideas que estos ofrecen a generaciones más inexpertas que pueden sentirse desprotegidas ante la complejidad de la realidad social.

2. Proporcionar sensación de continuidad frente a las experiencias discontinuas. Como continuación de la función previa, los imaginarios colectivos facilitan a los individuos la conexión de experiencias diferentes e inconexas, a través de valores o referencias comunes que permiten su extrapolación a distintos contextos. En esta parte, podríamos utilizar el concepto de “sujeto responsable” que permite orientar las acciones hacia ciertos valores de “responsabilidad”
3. Ofrecer explicaciones globales a fenómenos fragmentarios. Las situaciones heterogéneas a las que los miembros de la sociedad deben hacer frente día a día resultan menos complejas al contar con esquemas representativos mentales de la globalidad, los cuales permiten orientar la pluralidad de referencias que afronta.
4. Permiten intervenir en los procesos creados a partir de perspectivas diferenciadas. El orden social presente puede verse modificado por otras diferentes alternativas de organización de la sociedad, las cuales son reconocidas y asimiladas gracias a los imaginarios sociales. Este código orientador para la construcción de un orden social es el que permite la permanencia de la comunicación en nuestras sociedades.

Asimismo, cabe entender los tres ámbitos de contingencia o niveles de abstracción en los cuales los imaginarios colectivos se construyen y deconstruyen (Pintos, 2005). En primer lugar, encontraríamos el nivel más abstracto de todos, el del sistema específico diferenciado. Este incluiría todas aquellas normas, valores y símbolos, entendidos en forma de “cultura” o “tradición”, que representan áreas del propio sistema como la religión, la política o el poder.

En segundo lugar, se situaría el nivel de las organizaciones, donde existen construcciones más concretas y de mayor movilidad. Se adscribirían a este ámbito de contingencia aquellas estrategias llevadas a cabo por las organizaciones con el objetivo de modificar conductas o hábitos entre una sociedad. La Iglesia, los gobiernos o los medios de comunicación son concreciones de este nivel que tratarán de generar determinadas respuestas entre los individuos.

En tercer lugar, radica el mayor nivel de detalle de los imaginarios colectivos, el cual nos lo proporcionan las interacciones. Serían todas aquellas relaciones que se producen entre miembros de un sistema. En este ámbito, conceptos como el de “confianza” se verían contruidos a través de acciones concretas individuales como puede ser la

relación con tus amigos o familia. Por eso mismo, las experiencias personales de cada uno tendrán una importancia decisiva en la construcción de los imaginarios de este nivel.

También podrían describirse los imaginarios colectivos como “todo aquello de lo que se habla en la comunidad en la medida y según el modo en que se habla de ello” (Magariños de Morentín, 2000 en Gómez, 2001, p. 197). Con esta aproximación al concepto, se extrae una característica imprescindible a la hora de entender los imaginarios sociales. Estos solo pueden llegar a ser perceptibles a través de su materialización en el universo discurso, en lo simbólico, ya sea a través de productos textuales o audiovisuales (Gómez, 2001). En este sentido, se entiende que únicamente se puede hablar de la existencia de imaginarios sociales, si hablamos de las representaciones concretas derivadas de estos mismos, puesto que su propia presencia depende de las manifestaciones efectivas. Este hecho produce una situación de retroalimentación, puesto que las representaciones no pueden originarse sin imaginarios, pero tampoco los imaginarios se materializan sin las representaciones.

Esta realidad construida en base a los imaginarios colectivos responde a una dinámica a partir de la dicotomía de relevancia/opacidad. Los imaginarios nos permiten ver y percibir el mundo que nos rodea, sin embargo no se trata de un proceso tan simple, ya que el propio hecho de observar implica generar una diferencia entre aquello relevante que se observa y aquello que se encuentra opaco a la visión. Se deduce así que la percepción de la realidad queda reducida a un acto de adhesión a ciertas categorías perceptuales divididas según esta clasificación, las cuales logran ser organizadas a través de los imaginarios colectivos (Gómez, 2001). A este respecto, los imaginarios regulan y legitiman lo que es visto o no por la sociedad, es decir, aquello que es aceptado o rechazado por la misma (Sánchez-Soriano, 2021)

Por lo tanto, podemos concluir afirmando que los imaginarios sociales o colectivos se traducen como sistemas abstractos que representan la realidad social y facilitan su interpretación por parte de los individuos. Son ellos los que sostienen los discursos y las prácticas sociales al configurarse como una compleja red de relaciones (Gómez, 2001). Además, necesitan para su materialización un medio, que en muchos de los casos es un elemento discursivo propio de los contenidos audiovisuales, lo que nos conecta nuevamente con el objetivo principal de este trabajo sobre el análisis de la ficción seriada.

3.2.2 La televisión como fuente de expresión de los imaginarios colectivos

Los medios de comunicación son considerados de forma común como el “cuarto poder”, a raíz de su poder e importancia en las sociedades modernas. La prensa, la radio, la televisión e Internet se configuran de esta manera como agentes sociales con capacidad de decisión e influencia sobre la vida de las personas. Pese al inédito auge de las redes sociales, la televisión sigue posicionándose como el medio de comunicación estrella. En España, los ciudadanos dedicamos una media de casi cuatro horas diarias a recibir información a través de la televisión (Barlovento Comunicación, 2020) lo que demuestra su reinante dominio para mantener la atención de millones de personas. Además, la televisión tiene también una enorme capacidad de seleccionar los temas que se discutirán en el ámbito de las redes sociales. Su éxito está motivado por distintos factores: el predominio de la imagen, el acceso generalizado, la combinación audiovisual... (Ramírez, 2007). El surgimiento y auge de las plataformas televisivas online, como HBO, Netflix o Prime Video, no ha hecho más que reproducir y expandir su poder simbólico.

La gran mayoría de la población se mantiene informada del ambiente que le rodea o entretenida gracias a este medio de comunicación, en sus versiones tanto analógicas como digitales, por lo que resulta incuestionable apreciar su valor como generadora de espacios de diálogo, capaces de influir en el desarrollo de las sociedades (Ramírez, 2007). La idea de los medios de comunicación, y la televisión como medio estrella, como fuentes cruciales para la observación de la realidad por parte de los individuos provoca la “creación de imaginarios sociales concretos y específicos y que, por lo tanto, legitiman el poder de los medios como constructores de la realidad” (Sánchez-Soriano, 2021, p.92).

Resulta irrefutable afirmar que el mundo real existe, es decir los hechos políticos, económicos o sociales que tienen lugar en la comunidad no son falsos. Sin embargo, tal y como menciona Gómez (2001), “los hechos existen ‘en bruto’, seguramente, pero el registro que los humanos tenemos de ellos no es “en bruto” (p. 197). A través de sus diversos productos, la televisión se encarga de mostrarnos la realidad que construye bajo su propio prisma basado en sus códigos, lenguajes y productos. Pese a ser considerados agentes con un fuerte compromiso social, los medios de comunicación son empresas que forman parte de un sistema capitalista, y que responden a las lógicas propias del mismo. Estas terminarán afectando a su actividad, y por lo tanto, sus contenidos

acabarán “contaminados” por dichos intereses sociales, políticos y económicos (Barriga, 2010).

Se ha de tener en consideración que la televisión como medio de comunicación predilecto por los ciudadanos es, en muchos casos, su principal, o incluso única, vía de comunicación con el mundo que les rodea. Por lo tanto, el medio televisivo no solo construye nuestro propio conocimiento de la realidad, sino la realidad en sí misma, (Berger y Luckmann, 1989) puesto que si el retrato del mundo social procede exclusivamente de los medios de comunicación, la construcción *per se* de este quedará en manos de la autoridad de la televisión, en este caso. Cuando se consiguen borrar las huellas de la propia construcción y el producto final se presenta ante el entendimiento “como autoimponiéndose desde su irrecusable mismidad” (Gómez, 2001, p. 196) se puede decir que se ha alcanzado la cúspide del propio proceso.

En este sentido, también se entiende que los medios de comunicación, a través del uso del lenguaje, ayudan a producir, construir y comprender los discursos sociales. Estos de igual manera componen y representan las partes de la sociedad (Van Dijk, 2002). De esta forma, se comprende el enorme poder de los medios, como la televisión, para configurar la imagen de ciertos colectivos o grupos sociales.

Otro aspecto que no se debería pasar por alto a la hora de valorar la construcción de la realidad social por parte de los medios es el hecho de que estos son ostentados, en la mayoría de los casos, por las clases sociales en el poder. “La mayor parte de las descripciones que se hacen de nuestras sociedades desde esos puntos de vista están vinculadas a la idea, la teoría y la pragmática del poder” (Pintos, 2005, p. 6). Estos grupos privilegiados harán uso de los medios para mantener las jerarquías de dominio, lo que implica de forma directa la desigualdad entre los miembros de una misma sociedad y la opresión de algunos de ellos.

Esta perspectiva de la comunicación como generadora de desigualdad, exclusión y dominio ha sido ampliamente estudiada por la corriente del *Critical Discourse Analysis* (CDA). La tradición crítica del discurso entiende la comunicación, en este caso la mediática, como una vía de mantenimiento de las injusticias sociales ejercidas por el poder (Craig, 1999 en García-Jiménez *et al.*, 2015). A través de esta corriente de investigación analítica, se pueden estudiar los discursos como representaciones del abuso de poder, y ocasionalmente como una práctica a través de la cual la justicia puede

ser restaurada al permitir desenmascarar estas desigualdades (Van Dijck, 2009 en García-Jiménez *et al.*, 2015)

Continuando bajo el prisma de la tradición crítica, se entiende que la representación de la realidad, construida por la televisión la prensa, la radio o incluso los productos de ficción, está basada en un conjunto de arquetipos, los cuales tratan de representar la colectividad de la comunidad. Esta construcción fundamentada en estereotipos, legitimados por los medios de comunicación, conlleva implícito un proceso de generalización y simplificación de esta. Cuando se trata de categorizar la generalidad de la sociedad en grupos con características iguales, se tiende a crear una visión errónea o distorsionada de los mismos, motivada por la reducción de estos a estereotipos compartidos entre todos los miembros del grupo (Gómez, 2001).

Según Sánchez-Soriano (2021), los medios de comunicación ofrecen esta realidad ideal justificada por dos causas. La primera de ellas es la necesidad de alcanzar la mayor cantidad posible de audiencia. Para conseguir este objetivo, recurren a estereotipos y personajes fácilmente reconocibles y asimilables por los individuos. La otra causa de esta simplificación sería la escasez de espacio y tiempo del que disponen los medios de comunicación, así como la publicidad, para transmitir sus mensajes. Este motivo llevaría a la utilización de representaciones sencillas que el consumidor pueda absorber de forma rápida.

Los estereotipos derivados de los imaginarios sociales también pueden desempeñar una función positiva para los individuos de una comunidad. Estas categorizaciones y simplificaciones sirven de ayuda a la hora de adaptarse socialmente al entorno cambiante y novedoso que nos rodea (Sánchez-Soriano, 2021). Asimismo, contribuyen de una forma significativa en el desarrollo de las identidades sociales, lo que deriva también en la integración y pertenencia a un grupo social.

No obstante, las implicaciones negativas de estas representaciones colectivas siguen siendo destacadas. Dentro de las mismas, una de las más habituales sería la aparición de conductas o tratos discriminatorias hacia ciertos colectivos sociales, causados por estos estereotipos. Como ya hemos mencionado previamente, la producción de los mensajes mediáticos se encuentra en manos de la mayoría hegemónica, por lo tanto aquellos grupos o colectivos que se salen de la misma, es decir, las minorías son infrarrepresentadas o representadas de una manera inexacta. Los medios contribuyen a la perpetuación de estas representaciones, que posteriormente se convertirán en

estereotipos discriminatorios (Sánchez-Soriano, 2021). Para ello hacen uso de herramientas conocidas en la investigación mediática como la de *agenda setting*, definida como la capacidad de los medios para decidir qué temas son de relevancia en la conversación social; o la de *framing*, haciendo referencia a la manera en la que los medios seleccionan solo algunos aspectos o encuadres de las noticias para representar una construcción subjetiva de la realidad.

3.3 REPRESENTACIÓN EDADISTA E IMAGINARIOS COLECTIVOS SOBRE LAS PERSONAS MAYORES

3.3.1 Estudios previos sobre la representación edadista en los medios de comunicación

Frente a otras formas de discriminación, el edadismo ha sido un problema social mucho menos investigado, especialmente desde la perspectiva de la comunicación (Bravo- Segal, 2018). En la mayoría de los casos, pese a la gravedad de este tipo de violencia simbólica hacia las personas mayores, se ha tendido a su infravaloración, lo que ha derivado en un menor cuerpo de estudio previo sobre este “-ismo”.

Un aspecto que resulta relevante destacar antes de pasar al desarrollo mismo de la literatura científica sobre la representación edadista es el del cambio de la tendencia existente a causa de la crisis sanitaria de la COVID-19. Es cierto que durante las últimas décadas se venía mostrando un mayor interés por parte de los investigadores de la comunicación sobre esta temática, sin embargo la llegada de la pandemia en el año 2019 y su relación directa con la tercera edad han derivado en un mayor impulso. Al ser uno de los colectivos más vulnerables ante la emergencia sanitaria, este sector poblacional se convirtió en el protagonista de la mayor parte de las noticias informativas ofrecidas por los medios tradicionales. Podría decirse que las implicaciones de esta pandemia “han activado a los investigadores en Comunicación Social” (Martín-Pena y Guarinos, 2023, p.1) sobre una problemática existente, pero escasamente estudiada.

Durante los últimos años, se ha vivido una tendencia creciente hacia la investigación de los discursos edadistas, con especial atención en campos como la publicidad. Se trata de un área de estudio que tiene una especial relación con las personas mayores, puesto que al ser un grupo social creciente, sus tendencias de consumo cada vez tendrán más peso dentro del total de la población para el sector comercial. En esta forma de discurso, se han llevado a cabo estudios con metodologías diferenciadas, desde análisis del

contenido en los que se estudiaba el contenido de spots emitidos (Torres y García, 2015), hasta revisiones bibliográficas de un conjunto de estudios previos (Eisend, 2022). Cabe mencionar la particularidad de la publicidad para ser investigada al ser un disciplina que puede presentarse a través de distintos formatos, lo cual puede derivar en distintas características y resultados en estos trabajos: televisión (Davis y Carson, 1989; Smith, 2000); periódicos (Ognjanov, 2017); revistas (Raman *et al.*, 2008; Williams *et al.*, 2010)...

Otros medios, como la radio, han sido escasamente analizados con anterioridad a la pandemia, sin embargo se consiguen localizar algunos estudios sobre el tratamiento informativo que se hace de las personas mayores en el medio radiofónico con motivo de la crisis sanitaria (Martín-Pena y Guarinos, 2023).

Sin embargo, ha obtenido mayor consideración por parte de los investigadores la representación discursiva que la prensa ofrece sobre la tercera edad. El estudio de la representación edadista ha sido estudiado con menor frecuencia antes de la llegada de la pandemia (Bravo-Segal, 2018; Fealy *et al.*, 2009; Rozanova, 2010). Pero, a partir de 2019 con la aparición de la crisis sanitaria, se encuentra un considerable auge en el estudio de los discursos que los periódicos hacen sobre las noticias relativas a las personas mayores dentro del contexto pandémico. La mayoría de ellos llevan a cabo una análisis cualitativo de estas informaciones, ya sea a través del estudio sistemático sobre ciertos términos concretos (Amundsen, 2022; Jen *et al.*, 2021) o a través de un análisis detallado de tipo de discurso realizado por distintos periódicos (Carney *et al.*, 2022). En el panorama nacional, las investigaciones que se encuentran a este respecto son incluso menores. Entre ellas, puede destacarse el análisis desarrollado por Bravo-Segal y Villar (2020) sobre los titulares de los periódicos ABC y El País durante la fase más crítica de la pandemia.

Respecto al medio audiovisual, más concretamente a las noticias de la televisión, la literatura científica sobre la representación edadista es ínfima (Kovács *et al.*, 2021; Reul *et al.*, 2022). Existe una mayor tendencia al análisis de la publicidad televisada (Davis y Carson, 1998; Smith, 2000) sobre esta forma de discriminación, más que sobre el estudio en sí de las piezas informativas ofrecidas por la televisión. En relación a este tema, se han elaborado también estudios sobre el envejecimiento visual (Loos y Ivan, 2018) o sobre los mayores como consumidores de contenidos televisivos (Healey y Ross, 2022).

Los productos culturales de ficción poseen también una gran importancia e impacto dentro del estudio de las representaciones que las sociedades consumen. En la

actualidad, las series de televisión, así como las películas, se han convertido en formatos habituales en la televisión muy consumidos por los individuos, ya que consiguen presentar, de una forma entretenida y amena, temas y problemáticas comunes en a nuestro día a día. Al tratarse de representaciones de la vivimos, cuentan con una gran capacidad para conectar personalmente con los espectadores, a través de la narración de aspectos de su vida, inquietudes, deseos o sueños, lo consigue cautivar a cada vez más gente (Santaella *et al.*, 2022).

Es por este enorme poder de conexión e identificación, por el cual se afirma que las series de televisión tienen una indudable influencia sobre las personas, y las sociedades en su conjunto. Estos productos culturales, al igual que los medios de comunicación, actúan como configuradores de la realidad social y constructores de los modelos sociales que adoptamos. Se deduce de esta manera que las producciones de ficción también deben ser objeto de estudio en el análisis de la representación edadista.

En cuanto a las representación de la tercera edad en el cine, son escasas las investigaciones actuales al respecto, puesto que la atención ha tendido a centrarse más en el estudio o comparación retrospectiva de películas estrenadas en décadas pasadas (Guarinos, 2019; Walsh, 1989). No obstante, también pueden encontrarse algunos pocos análisis algo más recientes sobre el envejecimiento en el cine americano (Shary y McVittie, 2016) o la representación de los mayores en el cine iraní de estos últimos años (Zanjari *et al.*, 2021).

Asimismo, el estudio de la representación de los mayores en las series de televisión ha contado con algo más de respaldo de la comunidad investigadora. Una gran parte de estos trabajos han consistido en análisis de contenido de una única serie, como fue el caso de Blakeborough (2008) con la serie “Los Simpsons” o el estudio de un conjunto de series televisadas (Kessler *et al.*, 2004). Conviene resaltar la existencia de un mayor número de estudios relativos a esta cuestión, donde la unidad de análisis se centra únicamente en la representación de las mujeres mayores. La convergencia entre el edadismo y el sexismo ha sido investigada sobre series como “Grace and Frankie” (Tortajada *et al.*, 2018); “Sex and the City”, “Desperate Housewives” y “Girls” (Van Bauwel, 2018); o, “Funny Old Girls” (White, 2014). En el panorama nacional y continuando dentro de esta temática, resulta destacable el estudio de Santaella *et al.* (2022), al ser uno de los pocos trabajos españoles existentes sobre esta materia realizado en los últimos años. En él, se lleva a cabo un análisis del discurso sobre “la

presencia de mujeres mayores en las series de televisión españolas en emisión durante el año 2019” (p. 5).

Por todos estos motivos, el TFG aquí presentado llena un vacío importante en la literatura, dada la escasez de análisis sobre edadismo en los medios y más concretamente en las series de televisión en España. Debido a la casi inexistencia de este tipo de trabajos desde el análisis crítico del discurso propuesto, esta investigación espera ser un punto de partida hacia nuevos estudios desde esta perspectiva.

3.3.2 Estereotipos derivados de estudios previos

Tras la revisión de los estudios anteriores sobre la representación de las personas mayores en los distintos medios sociales, se pueden deducir ciertas conclusiones comunes entre ellos. La primera de estas sería el hecho de las personas mayores han sido de forma generalizada infrarrepresentadas en los medios de comunicación a lo largo de la historia. Los diferentes estudios reafirman su posición sobre cómo se ha tratado de invisibilizar la información, especialmente la de carácter positivo, relativa a este colectivo generacional (Bravo-Segal, 2018). Tal y como afirma Sánchez (2004), una de las causas de esta exclusión de las personas mayores puede deberse al actual “énfasis en la juventud y la belleza corporal” que se refleja en los medios de comunicación (p.87), lo que lleva a la tercera edad a ser rechazada por la sociedad al no encajar dentro de estos estándares.

Esta realidad también puede verse reflejada en la escasa literatura científica que existe sobre esta materia. “No existen muchos trabajos que muestren el tratamiento de la información relativa a personas mayores en los medios, pero sí un denominador común: las personas mayores aparecen infravaloradas en los medios escritos o audiovisuales” (Aznar y Suay-Madrid, 2020, p. 5). Especialmente en aquellas investigaciones en las que se ha valorado la manera en la que estas eran representadas (análisis cualitativo), se ha concluido la existencia de estereotipos edadistas reproducidos por los medios de comunicación. Al conjunto de estas prácticas discriminatorias hacia la tercera edad se le puede denominar “maltrato discursivo” (Bravo- Segal, 2018, p.16)

De forma persistente, los estudios han revelado la presencia de una dicotomía antagonista en la que se tiende a representar a este grupo social. Los dos polos de esta división estarían formados, por un lado, por una representación negativa de los mayores,

donde se les ve como una carga frágil sin beneficios para la sociedad (Swift y Steeden, 2020), y por otro lado, una representación positiva, donde se les presenta como personas activas frente a su edad. En los medios de comunicación predominaba de forma casi exclusiva esta imagen negativa de las personas mayores hasta 1990 cuando se empezó a promover la idea de un envejecimiento activo, lo cual desencadenó un cambio en la tendencia existente sobre la representación de las personas mayores (Ylänne, 2015). Poco a poco, se empieza a extender, de forma simultánea a la negativa, una visión de la tercera edad como una “edad dorada” donde las personas mayores pueden presentarse como activas, sanas e independientes (Loos y Ivan, 2018).

Cabe mencionar que ambas representaciones afectan negativamente a la percepción que se genera de las mayores, puesto que o suponen una visión peyorativa sobre su realidad social o una visión extremadamente positiva de ellos, lo cual puede provocar una concepción irreal del envejecimiento. Además, esta percepción “positiva” del envejecimiento puede acarrear riesgos para las personas mayores, las cuales se verán más estigmatizadas todavía si no son capaces de alcanzar este modelo de envejecimiento (Rozanova, 2010).

Los estereotipos negativos que transmiten los medios de comunicación presentan como base fundamental la concepción de la tercera edad como la fase final de la vida, donde resulta inevitable el declive, la fragilidad, el empeoramiento de la salud, la senilidad, la dependencia y la obsolescencia (Amundsen, 2022). En el caso de la visión “positiva” de las personas mayores, se caracteriza por la negación de su propia edad, y un intento persistente por “envejecer exitosamente”, lo que implica mantener asociadas a su persona ideas como la de juventud, belleza, salud o sexualidad. Estos estereotipos positivos presentan el envejecimiento como una “elección personal” (Amundsen, 2022, p. 331), como si tratase de periodo vital en la cual se puede “frenar” el envejecimiento a partir de un determinado estilo de vida.

También merece especial atención a la hora de hablar de la representación de las personas mayores la cuestión de género, puesto que existe un doble estándar sexista a la hora de ser representados. El fenómeno del envejecimiento se presenta de formas diferentes en los medios de comunicación y los productos de ficción para las mujeres y para los hombres (Iversen y Wilinska, 2020), debido a las también presentes estereotipos de género. Existe una mayor tendencia a infrarrepresentar a las mujeres mayores que a los hombres mayores, tal y como lo señala Kessler *et al.* (2004) en su investigación. En este mismo trabajo, también se detecta una tendencia a representar de forma más

favorable a los hombres mayores, al presentarlos como personas exitosas, con mayor estatus, educación y nivel profesional que las mujeres. “Mientras los hombre maduran, las mujeres envejecen” (González, 2012 en Santaella *et al.*, 2022, p.3).

En la sociedad actual, las mujeres viven bajo fuertes imposiciones de belleza, juventud o sensualidad. Es por ello por lo que, esa idea de “estar joven” tanto tiempo como sea posible todavía se ve reforzada con más fuerza en su caso (Tortajada *et al.*, 2018). Según el estudio de Van Bauwel (2018), el envejecimiento femenino aparece representado a través de tres discursos “la pérdida de feminidad, el enmascaramiento del envejecimiento y la sabiduría de envejecer” (p. 10).

La mayoría de los estudios sobre la publicidad confirman la realidad existente sobre cómo las personas mayores son infrarrepresentadas en los medios tradicionales frente al resto de generaciones poblacionales (Eisend, 2022). En relación con el tipo de papel que desempeñan en los anuncios publicitarios, se deduce en muchos de los casos que la vejez adopta un papel secundario o menor en la trama narrativa (Torres y García, 2015). En el caso concreto de los estudios sobre análisis del contenido publicitario, se observa que las categorías de productos más comunes son “salud, higiene y productos médicos, al igual que comida” (Eisend, 2022, p. 311). Se concluye así que en la mayor parte de las investigaciones que se han realizado previamente sobre la representación de la tercera edad en la publicidad la visión que se ofrece de este grupo de población responde a prejuicios edadistas. En este ámbito, Williams *et al.* (2010) desarrollaron una investigación donde obtuvieron una tipología sobre las representaciones emergentes de las personas mayores en las revistas publicitarias de Reino Unido. Las seis clases de representaciones que encontraron fueron: “*Golden-Ager; Perfect Grandparent; ‘Legacy’/ ‘Mentor’ themes; Coper; Comedic and Celebrity Endorser*”. A continuación, se pasa a una pequeña descripción de cada una de ellas:

- *Golden-Ager*. Sería la representación prototípica de la tercera edad como personas llenas de entusiasmo y con estilos de vida glamurosos.
- *Perfect Grandparents*. Aquellos que aparecen como nexos familiares de varias generaciones, por lo que a menudo se muestran con sus hijos y nietos.
- *Legacy*. Se trataría de una representación de las personas mayores como ejemplo de seriedad y estatus, así como modelos de rol al llevar implícitos los valores de experiencia y sabiduría.

- *The Coper*. Serían aquellas personas mayores que cuentan con algún problema o discapacidad, pero consiguen sobreponerse a esta (*to cope with it*) gracias al producto que venden.
- *Comedic*. En este caso, las personas mayores son partícipes de situaciones cómicas o humorísticas.
- *Celebrity Endorsers*. Se trataría de personas mayores conocidas por el público, que actúan como modelos positivos para promocionar productos.

En el caso de los estudios sobre la prensa, determinan de forma generalizada que la imagen ofrecida por este medio sobre las personas mayores responde a estereotipos negativos: “En general, casi tres cuartas partes de los datos (74%) se enfocaban en estereotipos negativos y aproximadamente un cuarto (26%) se trataban con estereotipos positivos de los ‘ancianos’” (Amundsen, 2022, p.332). Las noticias presentadas en los periódicos donde las personas mayores eran protagonistas tienden a mostrarlos como víctimas de tragedias, muertes o casos de vulnerabilidad (Bravo-Segal, 2018), algo que se ve multiplicado en las informaciones relativas a la COVID-19. Las personas mayores han sido las principales protagonistas de las noticias relacionadas con esta crisis, las cuales han demostrado presentar un sesgo negativo hacia ellos con referencias a su vulnerabilidad o dependencia (Armero, 2020). El estudio conducido por Carney *et al.* (2022) llegó a revelar cómo la prensa había establecido la tercera edad como la causa definitiva de muerte en la crisis sanitaria, y cómo esta visión estaba siendo usada para destacar el impacto de la pandemia. Esta representación de fragilidad e indefensión de las personas mayores ha contribuido a perpetuar la visión peyorativa sobre este colectivo, lo que también deriva en un sentimiento de compasión hacia ellos.

Los conclusiones obtenidas en los estudios sobre la representación edadista en el medio televisivo también confirman la infrarrepresentación de la tercera edad en la TV, especialmente antes de la década pasada (Loos y Ivan, 2018). Asimismo, se detecta en la televisión una visión de este colectivo basada en estereotipos edadistas en torno a la dicotomía que previamente señalábamos, la de un mayor-mayor que es vulnerable o los de mayor-joven que es dinámico (Reul *et al.*, 2022).

En el conjunto de estudios sobre la representación de la tercera edad en los productos de ficción, los resultados no disienten en gran medida de los que ya reflejan los de los medios de comunicación. Las investigaciones previamente realizadas sobre el contenido de películas indican que las personas mayores “en su mayoría son personajes

secundarios sin aporte fundamental a la trama” (Guarinos, 2019, p.70). En la mayoría de los casos, son presentados como un grupo homogéneo, carente de productividad social y afectado por problemas de salud. Suelen representar personajes ayudantes, por lo que aparecen de forma puntual en las tramas para ayudar al protagonista con el cual suelen mantener una relación de parentesco familiar o de vecindad (Guarinos, 2019). Concretamente las mujeres mayores, tienden a ser presentadas como personas dependientes de otro personaje, es decir son madres, abuelas, vecinas... cuya única misión en la narrativa de los productos de ficción es la de apoyar las vidas de los protagonistas (Santaella *et al.*, 2022). Los personajes de ficción representados por personas mayores no cuentan con aspiraciones personales, deseos o sueños propios, sino que su proyecto vital queda reducido a dejar el tiempo pasar. En cuanto a su aspecto físico, se muestran como personas deterioradas, poco cuidadas y con vestimentas sobrias (Guarinos, 2019).

En forma de conclusión, se puede determinar que la representación que los medios de comunicación y los productos de ficción hacen de las personas mayores responde a estereotipos edadistas. Así, ha quedado demostrado en las investigaciones previamente mencionadas, y también se tratará de confirmar en este presente trabajo.

4 METODOLOGÍA

Con el propósito de responder a las preguntas de investigación previamente expuestas se ha optado por un análisis cualitativo de las series de ficción, dado la mayor adecuación de esta metodología para estudiar “los significados, referencias, valoraciones e intenciones y sus efecto y significados en los discursos comunicativos” (Kippendorff, 2018 en Sánchez-Soriano, 2021, p.213).

Más concretamente, se ha seleccionado la técnica del análisis crítico del discurso como metodología en este estudio. Esta técnica de investigación se enmarca dentro de la tradición crítica del pensamiento comunicativo, la cual entiende la comunicación como una práctica que tiende a general desigualdades, exclusiones y dominio (Craig, 1999 en García-Jiménez *et al.*, 2015). Esta metodología ha sido empleada previamente por otros investigadores a la hora de estudiar los discursos de poder en los medios de comunicación, aunque su uso no suele ser muy habitual en las ciencias de la comunicación. El análisis crítico del discurso es un método de investigación sobre el discurso donde se examina de forma principal la forma en la que el abuso de poder, el

dominio y la desigualdad son practicados y reproducidos por los textos y el habla en contextos sociales y políticos (Van Dijk, 2016). En el caso de la representación edadista, esta aproximación resulta esencial, puesto que facilita las técnicas necesarias para comprobar las relaciones de poder generacional que se dan en las series de ficción actuales.

En el caso de esta metodología, el punto de inicio es un problema social, puesto que se encarga de analizar las estructuras discursivas dentro de su contexto social y político (Van Dijk, 2016). En nuestro caso de estudio, el elemento susceptible a crítica y discusión es la construcción de la representación edadista en las series de televisión. Previamente se ha podido comprobar que las personas mayores aparecen representadas tanto en los productos de ficción, como en los medios de comunicación, a partir de estereotipos propios de la discriminación edadista. En este sentido, la tercera edad queda expuesta como una minoría discriminada frente a la colectividad dominante, la cual es la constructora de los discursos mediáticos que configuran la realidad social. Esta situación de desigualdad y dominio, convierte el CDA en la metodología clave para ayudar a detectar la reproducción de estos estereotipos edadista en las series de ficción y para saber cómo es construida la imagen de la tercera edad a partir de estas representaciones. De esta manera, se podrá conocer la forma en la que se representan en las series de ficción las estructuras de poder que articulan la diferencia entre el *ellos* (la tercera edad) y el *nosotros* (la colectividad dominante).

La muestra de análisis que se somete a esta metodología está formada por 4 series de ficción, en concreto las 4 series de habla inglesa más vista a nivel global en la plataforma de streaming Netflix durante el año 2022. Se ha seleccionado Netflix como servidor de producciones de ficción por ser la aplicación líder en España con una cuota de usuarios que supera el 40% de la población digital total (Ruiz, 2023). Los datos ofrecidos por la misma solo permiten conocer las series más consumidas a nivel global, es por ello por lo que no se ha podido analizar únicamente las series más vistas durante este periodo de tiempo en el contexto nacional.

Cabe mencionar que dicha clasificación ha recogido las producciones audiovisuales en función de las temporadas más vistas de estas series, es decir, algunas de las series seleccionadas no se enmarcan dentro de esta clasificación por el estreno de su primera temporada en esta plataforma. Las 4 series que aparecen en este ranking son: *Stranger Things*, *Miércoles*, *Dahmer- Monstruo: la historia de Jeffrey Dahmer* y *Bridgerton*. Se ha optado por el análisis de todos los capítulos de las temporadas al completo, en

detrimento de la visualización única del capítulo piloto por la inexactitud de resultados concluyente que se puede derivar de esta. Por lo tanto, las temporadas sujetas a crítica y discusión serán:

- *Stranger Things*. Temporada 4. Nueve capítulos con una duración cada uno de entre 42 y 151 minutos.
- *Miércoles*. Temporada 1. Ocho capítulos con una duración cada uno de entre 45 y 60 minutos.
- *Dahmer- Monstruo: La Historia de Jeffrey Dahmer*. Temporada 1. Diez capítulos con una duración cada uno de entre 45 y 63 minutos.
- *Bridgerton*. Temporada 2. Ocho capítulos con una duración cada uno de entre 52 y 72 minutos.

Se han seleccionado estas temporadas por ser las que aparecen recogidas en la, previamente mencionada, clasificación ofrecida por la plataforma Netflix. Esta categorización recoge los datos sobre las series y temporadas más consumidas a nivel global en el año 2022 por los usuarios de esta plataforma. La elección de estos datos responde a su mayor proximidad física y temporal a nuestro contexto.

Dentro de esta muestra, la unidad de análisis serán las personas mayores que aparecen como personajes en estas series. En la mayoría de los casos no se ha podido conocer con exactitud la edad de los personajes, por lo que se han entendido por personajes mayores a aquellos cuya apariencia física y comportamiento los distinguen como personajes de mayor edad sobre el resto de los personajes. Es importante señalar que el perfil de la muestra se basa en el propio personaje, no en los actores o actrices que lo interpretan, puesto que el objetivo del estudio es analizar la representación de las personas mayores en estas diferentes series de ficción.

Para llevar a cabo este análisis, se proponen dos niveles organizados del método. En primer lugar, un análisis macro, conformado por las ideas generales en torno a las cuales giran las tramas narrativas de las series de ficción. Y, en segundo lugar, un análisis micro, donde se estudia de forma detallada la manera en la que se presentan los sujetos, las acciones y las relaciones entre los personajes de las series de ficción.

En el nivel macro, se estudian los discursos narrativos dominantes en la construcción del personaje, es decir, aquellas ideas principales a partir de las cuales se articulan las tramas narrativas de los personajes mayores que aparecen en estos productos culturales (Van Dijk, 2003 en Sánchez-Soriano y García-Jiménez, 2020). En este nivel se analizan

los *topics*, entendidos como los temas que representa ese discurso, lo que en términos generales se entiende como la información más importante de un discurso que explica la coherencia entre las conversaciones y los textos (Van Dijk, 2003 en Sánchez-Soriano y García-Jiménez, 2020). Al ser este discurso una idea general que articula al personaje, cabe identificar un discurso predominante en la construcción de cada uno de ellos. Para el análisis de este nivel, se proponen una serie de discursos a partir de los cuales los personajes de estas series presentan la tercera edad:

- La tercera edad como etapa final de la vida donde se presenta la vejez como un proceso trágico y dependiente, es decir, una visión peyorativa y negativa de la tercera edad.
- La tercera edad como una etapa desmedidamente ideal, en la cual se presenta una visión irrealista y normativizada en la que la tercera edad intenta vincularse a rasgos asociados a la juventud como la belleza, la productividad, la salud...
- La tercera edad como otra etapa vital más, es decir, se presenta la vejez como un proceso natural y a las personas mayores, como miembros más de la sociedad.
- La tercera edad como una etapa compleja, en este caso se ofrecen rasgos de todas las propuestas anteriores, por tanto, no nos queda claro si la representación es positiva o negativa.

Dentro del nivel micro, se estudian aspectos más específicos de estos discursos analizados. Uno de los aspectos más determinantes a tener en cuenta en este sentido es la lexicalización, entendida como los significados conferidos a las palabras con las que se hace referencia, en este caso, a las personas mayores en las series de ficción. A través del análisis de las frases, sustantivos y adjetivos a partir de los cuales se articulan los discursos, se podrá conocer más sobre la construcción de estos personajes. También gracias a la lexicalización se podrá comprobar la existencia de esa estrategia del nosotros frente al ellos.

Para el análisis más detallado de este nivel, se ha procedido a la división en tres elementos diferenciados a estudiar:

- a) Papel de las personas mayores, es decir, cuál es el rol que juega en la serie de ficción. En este apartado, se analiza cómo es el personaje que desempeña la persona mayor en la serie: principal, secundario, recurrente, figurante... De esta manera, se valora al mismo tiempo la importancia y el peso que se les otorga

dentro de la trama narrativa respecto al resto de personajes. Se identificarán aquí igualmente qué tipo de representación es utilizada a partir de los análisis previos. De esta forma tomaremos como clasificación para este análisis una adaptación de la propuesta llevada a cabo por Williams *et al.* (2010) en la publicidad, basada en este caso en la ficción seriada:

- *Golden-Ager*. Sería la representación prototípica de la tercera edad como personas llenas de entusiasmo y con estilos de vida glamurosos.
- *Perfect Grandparents*. Aquellos que aparecen como nexo familiar de varias generaciones, por lo que a menudo se muestran con sus hijos y nietos.
- *Legacy*. Se trataría de una representación de las personas mayores como ejemplo de sensatez y estatus, así como modelos de rol al llevar implícitos los valores de experiencia y sabiduría.
- *Comedic*. En este caso, las personas mayores son partícipes de situaciones cómicas o humorísticas.
- *Grumpy*. Sería la representación de las personas mayores como personas malhumoradas, ariscas, testarudas y con poco ánimo.
- *Eternal Sick*. En este caso, se representa a las personas mayores como personas enfermas y dependientes de cuidados constantes por parte de su familia o de personal sanitario.

b) Acciones-verbos utilizados y sus implicaciones. En este punto, se estudia el tipo de acciones que llevan a cabo los personajes mayores. Se trata de conocer las actitudes más significativas que las series de televisión presentan sobre la tercera edad. ¿Son acciones destinadas a ayudar a otros personajes o relativas a su propia vida? ¿Son acciones que llevan a cabo ellos solos o necesitan colaboración? Lo que se pretende de esta forma es conocer si estas acciones responden a los estereotipos y prejuicios edadistas previamente señalados. También se tendrá en cuenta la agentivización de los personajes. Este concepto, empleado en el análisis crítico del discurso, trata de averiguar si las personas son las responsables del desarrollo de estas acciones o si, por el contrario, responden a acciones deagentivizadas, es decir, aquellas en las que la acción humana queda muy reducida bajo un sentido de lo irremediable (López-González *et al.*, 2015)

c) Relaciones de los personajes mayores con el resto de los personajes y contexto. En este caso, se investiga los vínculos que se generan entre los personajes mayores y los demás personajes. La forma en la que se relacionan con la tercera

edad permite saber si existen comportamientos edadistas con las personas mayores como las actitudes de infantilización o condescendencia hacia ellos. En este nivel, se tratará también de analizar qué clase de edadismo aparece con mayor frecuencia en las series de televisión, respecto a la clasificación planteada por la OMS (2021) y que ya ha sido desarrollada en el marco teórico: edadismo interpersonal, edadismo institucional o edadismo autoinfligido.

5 RESULTADOS

5.1 PERSONAJES ANALIZADOS

Tras el visionado crítico de las series seleccionadas, se han escogido un total de 7 personajes sobre los cuales analizar la representación de las personas mayores en las series de televisión. Tal y como se explicaba en la metodología de la presente investigación, la edad de los personajes no está definida en la gran mayoría de los casos. Esta característica de las series de ficción no responde a un hecho aislado, sino que se repite de forma sistemática en las series analizadas, lo que permite concluir la existencia de una especie de “capa de invisibilidad” que trata de cubrir la edad de los personajes mayores en la ficción (Van Bauwel, 2018). Es por esta razón por lo que la selección responde a criterios basados en factores diferenciadores de estos personajes como personas de tercera edad frente al resto como han podido ser su aspecto físico, su comportamiento, sus interacciones... En primer lugar, se procede a una pequeña presentación de los personajes analizados dentro del contexto de la producción televisiva en la que aparece.

La primera de las series de la clasificación ofrecida por Netflix es *Stranger Things*, más concretamente la temporada número 4 de la misma seleccionada por ser la más vista, como se ha indicado. Esta ficción cuenta la historia de un grupo de jóvenes que investigan la misteriosa desaparición de uno de sus compañeros, así como los extraños sucesos sobrenaturales que rodean el pueblo en el que viven. Al tratarse de la cuarta temporada de esta serie, se presenta una trama narrativa mucho más avanzada y personajes más complejos que si fuese el caso de la primera temporada de esta.

En esta producción, no se ha encontrado ningún personaje que encaje dentro de los criterios de selección de personas mayores para esta investigación. Cabe mencionar la existencia de dos personajes que podrían haber sido incluidos como parte de la muestra de este análisis: el Doctor Brenner (Matthew Modine) y el Doctor Owens (Paul Reiser). Ambos se presentan como personajes con ciertas características de una edad adulta

avanzada lo que nos permitiría situarles dentro de un rango de edad de entre 50 y 60 años, sin embargo sus personajes no desarrollan acciones o relaciones diferenciadas de las del resto de personajes adultos de la trama. Asimismo, su aspecto físico y las interacciones de los caracteres con ellos no inducen a una concepción de estos como personas mayores. Son estos los motivos por lo que no se han seleccionado como personajes a analizar en la muestra, dada la falta de características distintivas que permitan englobarlos dentro de la tercera edad. No obstante, resulta notable el hecho de que no aparezca ningún personaje visiblemente mayor en una serie como *Stranger Things* basada en los años 70-80 de EE.UU., cuando el porcentaje de población mayor durante esas décadas superaba el 11% (World Bank Open Data, 2023).

La segunda serie que ha sido analizada es *Miércoles*, una ficción centrada en el primer año del personaje de Miércoles Addams, de la popular familia Addams, en la escuela para criaturas sobrenaturales *Nevermore Academy*. En este caso, sí se ha tratado de la primera temporada de la producción, lo que ha permitido observar desde el primer momento la presentación de los personajes. Dentro del elenco de personajes principales y secundarios de la serie no encontramos ningún personaje que pueda ser considerado persona mayor. No obstante, en el episodio 4 se presenta al Doctor R. Anwar, forense local del pueblo, el cual tanto por su interacción con otro de los personajes como por su aspecto físico, podemos clasificar como persona mayor. Este personaje, pese a su breve aparición, ha sido escogido como parte de la muestra por su pertinencia para la investigación.

El detalle de que en el cómputo global de las dos primeras series analizadas se haya encontrado exclusivamente un personaje episódico que representa a la tercera edad revalida la idea de que el porcentaje de mayores representados en los productos audiovisuales es considerablemente menor que el porcentaje de tercera edad en la población general (Eisend, 2022). De esta forma, se perpetúa la invisibilización de las personas mayores en los medios de comunicación, lo que conlleva la persistencia de la discriminación edadista.

La tercera de las ficciones se trata de *Dahmer-Monstruo: La Historia de Jeffrey Dahmer*, una serie basada en hechos reales que cuenta la historia del asesino en serie Jeffrey Dahmer desde el punto de vista de sus víctimas. Entre el elenco de esta producción, se han localizado dos personajes mayores que encajan dentro de los criterios establecidos: Catherine Dahmer, abuela de Jeffrey Dahmer (Michael Learned); Lionel Dahmer, padre de Jeffrey Dahmer (Richard Jenkins) y Joyce Dahmer, madre de

Jeffrey Dahmer (Penelope Ann Miller). Dado que la serie muestra la evolución temporal de Jeffrey Dahmer, podemos ver a los padres de este en distintas etapas de su vida. Para este análisis, tan solo se analizarán las figuras de estos dos personaje durante los últimos capítulos de la temporada, ya que estos se relacionan con los años durante los cuales los personaje, así como las personas a la que representan en la vida real, tienen una edad alrededor de los 60 años.

Por último, encontramos la cuarta serie de la clasificación: *Bridgerton*. En esta ficción, la trama sigue la vida de la familia Bridgerton compuesta por ocho hermanos durante la época de la Regencia en Inglaterra. En este caso, la temporada más vista y que se ha considerado para el análisis es la segunda de la producción, por lo cual los personajes no son presentados en pantalla. Se ha encontrado tres personajes, los cuales coinciden con las características diferenciadoras de la tercera edad según las que se estaba basando esta investigación. Por un lado, encontraríamos a dos de los más importantes personajes secundarios de la serie: Lady Danbury (Adjoa Andoh) como amiga íntima de la familia Bridgerton y La Reina Carlota (Golda Rosheuvel) como monarca consorte de Gran Bretaña durante esa época. También cabe añadir como parte de la muestra al personaje del Rey Jorge III (James Fleet), el cual aparece en la segunda temporada por primera vez de forma episódica.

Una vez presentados los personajes, cabe destacar algunas singularidad generales de la muestra, antes del análisis detallado de cada uno de sus componentes. De los 7 personajes mayores seleccionados, poco más de la mitad son mujeres, lo que nos ofrece una visión proporcionada de la representación edadista entre ambos sexos. Pese a esta similitud en cuanto a representación, es importante remarcar la diferenciación existente entre las formas de edadismo que sufren los hombres y el que sufren las mujeres, a consecuencia de la directa interrelación entre el edadismo y el sexismo (OMS, 2021), por ello se tendrán en cuenta esta doble amenaza a la hora de examinar la representación edadista femenina.

Otro dato significativo de la muestra escogida es la existencia de un único personaje con una edad superior a los 70 años, lo cual reafirma una de las conclusiones planteadas por Kessler *et al.* (2004) sobre cómo los personajes mayores tienen a ser representados en las ficciones como personajes más cercanos a la edad adulta que a la tercera edad.

5.2 RESULTADOS DEL NIVEL MACRO: DISCURSOS NARRATIVOS SOBRE LA TERCERA EDAD

Tabla 1. Discursos narrativos sobre la tercera edad

DISCURSOS NARRATIVOS	PERSONAJES
Tercera edad como etapa final	El rey Jorge III (<i>Bridgerton</i>), Lionel Dahmer (<i>Dahmer</i>)
Tercera edad como etapa ideal	Forense Anwar (<i>Miércoles</i>), Joyce Dahmer (<i>Dahmer</i>)
Tercera edad como etapa vital naturalizada	---
Tercera edad como etapa compleja	Lady Danbury (<i>Bridgerton</i>), Reina Carlota (<i>Bridgerton</i>), Catherine Dahmer (<i>Dahmer</i>)

Fuente: Elaboración propia

a) Tercera edad como etapa final

Tal y como presentamos en la metodología, la idea general sobre la que se articulan las tramas narrativas en estos casos es la concepción de la tercera edad como una etapa trágica y deprimente. Esta estaría caracterizada por ser estado vital próximo a la muerte, donde las personas presentan una apariencia y actitud peyorativa, un aspecto que se encuentra agravado en la presente muestra por el hecho de que no son personajes excesivamente mayores.

Este discurso narrativo ha sido localizado en dos de las series analizadas, más concretamente en los personajes de Lionel Dahmer y el Rey Jorge III. En el primero de los casos, podemos ver al padre de Jeffrey Dahmer como una persona con signos de envejecimiento, tales como las arrugas en la cara, la dificultad de movimientos o la ropa sobria, además de presentar una actitud altiva y malhumorada en la mayor parte de las escenas. Por otra parte, encontramos al personaje del Rey Jorge III en la serie *Bridgerton*, el cual aparece únicamente en una escena con claras evidencias de un trastorno mental. Ambas representación sustenta esa visión negativa de la tercera edad, como periodo vital sombrío y problemático.

b) Tercera edad como etapa ideal

Las tramas narrativas muestran la tercera edad como una etapa extremadamente ideal, durante la cual las personas mayores tratan de retrasar su envejecimiento a través de similitudes propias de la juventud como la belleza o la capacidad laboral, entendida esta como su valor dentro de la cadena de productividad económica.

Podríamos incluir dentro de este discurso narrativo a los personajes del forense Anwar en la serie *Miércoles* y el personaje de Joyce Dahmer en la serie *Dahmer*. En cuanto al primero de ellos, podemos englobarlo dentro de esta clasificación por su aspecto físico favorable, su posición laboral y su optimismo al hablar de sus próximos años tras la jubilación. En el caso de Joyce Dahmer, podemos ver cómo se muestra en los últimos capítulos de la serie a una mujer atractiva, vestida de forma juvenil para la época y que mantiene un estilo de vida activo.

Cabe indicar, no obstante, que en ambos casos los personajes pese a ser contruidos desde una visión positiva del envejecimiento, han tenido que hacer frente a actitudes edadistas por parte de otros personajes de la trama. Sin embargo, se ha optado por encuadrarlos dentro de esta categoría, dado la intencionada construcción inicial por presentarles como personajes agradables y atractivos y que no presentan rasgos visibles del prototípico envejecimiento.

c) Tercera edad como etapa vital naturalizada

Este tipo de discurso narrativo trata de abarcar todas aquellas tramas en las cuales la tercera edad se presenta de una forma naturalizada y desprejuiciada, imparcial y equitativa frente al resto de los personajes de la ficción. En esta investigación, no se ha localizado ningún personaje de edad avanzada el cual respondiese a esta visión del envejecimiento como un proceso natural de la vida, que no presente diferencias determinantes en el aspecto físico o el comportamiento de los personajes.

d) Tercera edad como etapa compleja

Este tipo de discurso narrativo se configura como un fusión de las otras tres visiones anteriores sobre la tercera edad. Por lo tanto, se trataría de una concepción general sobre las personas mayores donde encontraríamos rasgos estereotipados positivos, negativos y/o ambiguos, que serían aquellos que no podríamos llegar a clasificar de una forma clara. En estos casos, la representación de los personajes mayores no queda

definida dentro de un estándar favorable o peyorativo de la vejez, sino más bien como un proceso heterogéneo.

Dentro de esta idea de tercera edad como etapa compleja, podemos situar a tres personajes de las series de ficción analizadas. En primer lugar encontramos a Lady Danbury de la serie *Bridgerton*, la cual se muestra como una mujer mayor fuerte, determinada e independiente, al mismo tiempo que presenta un carácter algo arrogante y pedante. Asimismo, dentro de esta serie también encontramos a la Reina Carlota. Este personaje secundario se muestra como una mujer juiciosa, testaruda y con peculiares intereses, pero también deja ver una parte más sensible y humana de ella. Por último, encontramos a Catherine Dahmer, la cual entraría dentro de esta clasificación dado su evolución temporal a lo largo de la serie. Durante los primeros capítulos, su personaje se caracteriza por ser la perfecta abuela del protagonista, sin embargo a medida que avanza en edad, la ficción nos muestra su deterioro físico y mental.

5.3 RESULTADOS DEL NIVEL MICRO: ROLES, ACCIONES Y RELACIONES DE LOS PERSONAJES

5.3.1 Papel de las personas mayores en las series de televisión

En las series que se han analizado durante esta muestra, se ha encontrado que tan solo uno de los personajes seleccionados como persona mayor desempeña un papel principal dentro de la ficción. El personaje de Lionel Dahmer no se constituye como el protagonista de la serie *Dahmer*, pero sí que desarrolla un personaje con considerable protagonismo a lo largo de la serie, y llega a contar incluso con un capítulo con su propio nombre (Lionel: Capítulo 8 *Dahmer*).

En el resto de los casos, podemos clasificar como personajes secundarios dentro de sus tramas narrativas a los siguientes personajes: Lady Danbury, Joyce Dahmer, Reina Carlota y Catherine Dahmer. Las cuatro mujeres aparecen con frecuencia en los distintos episodios de sus respectivas series de ficción, sin embargo no gozan de un trama narrativa propia, sino que más bien acompañan las tramas de los personajes principales.

Por último, se localizan las figuras del forense Anwar local en la serie *Miércoles* y del Rey Jorge en la serie *Bridgerton*. Ambos personajes aparecen exclusivamente en una escena dentro de la totalidad de la temporada, por lo tanto podríamos categorizarlos como personajes episódicos, ya que solo se localizan en la trama en un momento concreto y con una función determinada.

Se comprueba de esta forma que la representación de las personas mayores en las series de ficción queda relegada a papeles minoritarios, periféricos o esporádicos, tal y como afirmaban Loos y Ivan (2018) o Eisend (2022) en sus respectivos estudios.

Tabla 2. Roles de los personajes mayores en las series de ficción

	GOLDEN AGER	PERFECT GRANDPARENT	LEGACY	COMEDIC	ETERNAL SICK	GRUMPY
El Rey Jorge (<i>Bridgerton</i>)					X	
Lionel Dahmer (<i>Dahmer</i>)						X
Forense Anwar (<i>Miércoles</i>)	X					
Joyce Dahmer (<i>Dahmer</i>)	X					
Lady Danbury (<i>Bridgerton</i>)			X			X
Reina Carlota (<i>Bridgerton</i>)			X			X
Catherine Dahmer (<i>Dahmer</i>)		X			X	

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se pasa a la relación entre los roles estereotípicos de las personas mayores en las series de ficción con la representación de los personajes seleccionados en la muestra.

En primer lugar, encontramos al personaje del Rey Jorge de la serie *Bridgerton*, el cual podríamos clasificar dentro del rol de *Eternal Sick*. La presencia de este personaje se reduce a una única escena, sin embargo podemos apreciar como este personaje es mencionado en varias ocasiones por su esposa, la Reina Carlota, como alguien que debe ser cuidado y protegido por la familia dado su condición psicológica, como es posible ver en esta escena:

- LA REINA CARLOTA (enfadada): “Pedí que cerraran el ala de su majestad. No quiero que nadie se pierda y acabe en algún lugar...peculiar”
- BRIMSLEY (asistente personal de la Reina): “Sí señora. Aunque le aseguro que su majestad parecía de buen humor esta mañana.”

A medida que avanza el capítulo donde ocurre dicha interacción, aparece por primera vez en pantalla el personaje del Rey Jorge, el cual interrumpe una conversación entre su esposa y varias mujeres en un evidente estado de desequilibrio mental. El Rey Jorge aparece ante sus invitadas en ropa de cama desvariando sobre el día de su boda con la Reina. Todas ellas, incluida su esposa, permanecen inmóviles ante la escena sin saber cómo actuar, expresando una mezcla entre desconcierto y pena:

- REY JORGE (entra corriendo en la habitación, mientras grita): “¿Los has visto? Los fuegos artificiales. ¡Fueron increíbles! ¿Habrá más? Oh, no. Creo que...he llegado tarde a la ceremonia.”
- REINA CARLOTA (molesta): “Alguien. ¿Puede ayudar, alguien?”
- REY JORGE: “No quería hacerte esperar, Lottie. Estás preciosa de novia. Pero... ¿Y el arzobispo y la congregación?”
- REINA CARLOTA (a punto de echarse a llorar): “George”

Por otra parte, en la serie de Dahmer podemos encuadrar el personaje de Lionel Dahmer dentro del rol de persona mayor *Grumpy*, es decir, aquella persona que mantiene un carácter malhumorado, hosco y férreo respecto a sí mismo y al resto de los personajes. Son varias las escenas en las que podemos ver a Lionel Dahmer con una actitud disgustada frente a las actitudes de su hijo, lo que se refleja en comentarios autoritarios, un tono de voz arisco y, en algunas ocasiones, comportamientos severos como la escena en la que llega a echar a su hijo de su casa y lo obliga a vivir con su abuela:

- LIONEL DAHMER: “Debes comportarte como es debido. Ese es el trato. Debes respetar a tu abuela. Su casa, sus reglas. Nada de beber. Y debes buscarte un trabajo. ¡Ese es el trato!”

Podemos ver en varias ocasiones cómo hace alusión a lo defraudado que se siente con los comportamientos de su hijo, así como su interés por mostrarse distante con él como cuando evita abrazarlo o cuando lo detiene antes de que empiece a hablar de su vida sexual.

Otro de los personajes de nuestra muestra es el personaje episódico del forense Anwar en la serie *Miércoles*, del cual no se llega a conocer en ningún momento su nombre de pila. Pese a la escasa presencia en la pantalla del personaje, podemos clasificarlo dentro del rol de *Golden Ager* por algunas señales. Su aspecto físico nos presenta a una persona de una edad avanzada con una apariencia atractiva y una vestimenta elegante. Además, en la escena en la que aparece vemos que desempeña su trabajo como forense comunicando al sheriff Donovan las novedades sobre el último suceso local. En el final de su interacción con el personaje, el doctor forense muestra una actitud positiva ante su jubilación:

- FORENSE ANWAR: “Vaya unas semanitas de ajetreo, ¿eh? Yo me iré a lo grande. El viernes es mi último día.” (Sonríe)
- SHERIFF DONOVAN: “Feliz jubilación, doctor”

También se enmarcaría dentro de este estereotipo de *Golden Ager* el personaje de Joyce Dahmer en la serie biográfica *Dahmer*. Al igual que en el caso del personaje de Lionel Dahmer, a lo largo de la serie y según avanzan los años en la historia, podemos ir viendo la evolución vital del personaje. Fijándonos en los últimos capítulos de la trama, los cuales se relacionan con los años más próximos a su tercera edad, Joyce Dahmer se muestra como un personaje de apariencia llamativa, tanto por su atractivo físico como por su vestimenta bastante actual para la época en la que se desarrolla la trama. Además, al igual que el personaje del forense Anwar, se puede ver al personaje en su puesto de trabajo, en este caso ejerciendo como trabajadora social.

En este caso concreto, también se deja ver que se trata de un personaje con problemas de salud mental, los cuales la serie explica que están presentes desde hace años. El hecho de que sea un rasgo del personaje persistente a lo largo de su historia y no algo definitorio de su vejez ha hecho que no se valore su inclusión en el rol de *Eternal Sick*. Teniendo en cuenta el resto de las características físicas y conductas, el rol que se asemeja en mayor medida al de la imagen presentada de Joyce Dahmer se considera que es el de *Golden Ager*.

Estos dos personajes encuadrados dentro del rol *Golden Ager* responden a una tendencia, cultivada las últimas décadas, de representar la tercera edad como una etapa irrealmente perfecta. Este discurso “edulcorado” de la vejez tiene repercusiones considerables sobre la imagen de los mayores, tales como el rechazo del envejecimiento en la sociedad o la creencia de que envejecer es una elección propia responsabilidad del

individuo. Se presenta así una visión que reproduce algunos de los mitos ideológicos propios del neoliberalismo como el del individualismo, lo cual plantea el envejecimiento como una decisión personal a tomar con independencia absoluta del resto de factores externos. Esta idea de envejecimiento exitoso no solo rehúsa el proceso de envejecimiento en sí mismo, sino que trata de excluir socialmente a aquellos mayores que no siguen un estilo de vida juvenil o empoderado (Loos y Ivan, 2018).

En último lugar, examinamos a aquellos personajes que presentan una mayor complejidad en la trama narrativa, por lo que resultado problemático asignarles un único rol de la categoría. Por lo tanto, localizamos a tres personajes mayores donde la representación de la tercera edad adopta más de un papel estereotípico.

La combinación entre los roles de *Grumpy* y *Legendary* en los personajes de la serie *Bridgerton* la encontramos en los personajes de Lady Danbury y la Reina Carlota.

La primera de ellas se presenta como una señora viuda de alta reputación en la sociedad de la época, especialmente conocida por su fuerte personalidad, su astucia y su mordaz sentido del humor. En muchas ocasiones, su actitud extremadamente franca y directa puede resultar algo molesta para el resto de los personajes, es por ello por lo que podríamos relacionarla con ese rol de *Grumpy* como persona implacable y obstinada.

- LADY DANBURY: “Parece que no ha sido sincera conmigo.”
- KATE SHARMA (protagonista femenina): “Sé que no debería haber cabalgado sin carabina.”
- LADY DANBURY: “¿Y, por qué no me ha contado la verdadera razón por la que ha venido con su hermana? Eso me preocupa más.”
- KATE SHARMA: “Vinimos para encontrarle un marido a Edwina.”
- LADY DANBURY (molesta): “¿Eso es todo? Le aconsejo que se lo piense antes de decir más falsedades y medias verdades. Pocos intentan engañarme y aún menos lo consiguen.”

Asimismo, su posición y experiencia la convierten en uno de los principales personajes de apoyo para los personajes protagonistas. Su sinceridad y sabiduría son considerados grandes cualidades de Lady Danbury, lo que hace que en numerosas ocasiones sea fiel consejera y guía de los personajes más jóvenes. Son estas características las que relacionan la representación de la tercera edad en su personaje con el rol de *Legacy*. Durante los 8 capítulos de la temporada, podemos advertir cómo Lady Danbury apoya y

aconseja personalmente a la protagonista femenina, Kate Sharma, a través de lecciones basadas en sus propias experiencias vitales.

- LADY DANBURY: “Quizá aún no lo sepa, no pasa nada. Pero encuentro muy descorazonador y, además, una ofensa a la verdad oírle decir que desea estar sola con tan solo 26 años.”
- KATE SHARMA: “No debería. Seré institutriz. Estaré satisfecha sabiendo que a mi hermana no le falta de nada.”
- LADY DANBURY: “¿Satisfecha?”
- KATE SHARMA: “¿Es desgraciada, milady? La veo. La observo. Es más que feliz”
- LADY DANBURY: “Porque he vivido mi vida. Soy viuda. He amado. He perdido. Me he ganado el derecho a hacer lo que me apetezca, cuando me apetezca y cómo me apetezca. Querida, usted no es yo. Y, si continúa por ese camino, nunca lo será.”

En la serie *Bridgerton*, también apreciamos el personaje de la Reina Carlota como fusión de los roles de *Grumpy* y *Legacy* dentro de la representación de la tercera edad. Desde el primer momento, se presenta a la Reina como una mujer excéntrica, obsesiva y con gustos llamativos como la compra de animales exóticos o el consumo de estupefacientes. A su vez, muestra un imponente carácter y férreas aptitudes de mando, las cuales en muchas ocasiones atemorizan a sus súbditos.

Presentan ante ella por primera vez un pavo real

- REINA CARLOTA: “¿Vuela?”
- SERVICIO: “Algunos, majestad.”
- REINA CARLOTA: “¿Qué respuesta es ‘algunos’?”
- SERVICIO: “No se eleva, pero si lo desea, puedo tirarlo desde una altura y dejar que planee.”
- REINA CARLOTA: “Solo si usted le sigue.”

A pesar de su hostilidad respecto a la gran mayoría de los personajes con los que se relaciona, también puede percibirse en ella rasgos algo más humanos. En la mencionada escena, en la que se descubre la salud mental de su marido, podemos ver cómo rompe esa implacable coraza ante la situación de vulnerabilidad que se le presenta y descubre una mayor sensibilidad en su carácter. Además, son varias las escenas en las que la Reina ejercer de intermediaria entre las familias nobles con el objetivo de ayudar a los jóvenes a contraer matrimonio, en muchos de los casos actuando como mentora:

- REINA CARLOTA: “Un susurro solo es relevante cuando ocurre, pero el papel es permanente. Su forma física le concede durabilidad. No puede decirse lo mismo del amor verdadero. Cambia. Olvida. Te obliga a recordar quién fuiste. Y te obliga a elegir cómo vivir con él una y otra vez.”
- EDWINA SHARMA (protagonista femenina): “¿Cómo se toma esa decisión?”
- REINA CARLOTA: “Eso es algo que no puedo dictar. Soy vuestra reina, pero hasta yo debo reconocer la importancia de que cada uno decida qué hacer ante un amor verdadero. Todos merecen poder decidir y todos merecen sentir su fuerza. Pero hay que saber que es la elección más importante y dura que se puede hacer.”

Se aprecia cómo las dos mujeres mayores representadas en *Bridgerton* comparten el rol de *Legacy* frente al resto de los personajes jóvenes. En ambos casos, se atiende a la idea de que las personas mayores alcanzan un cierto grado de sabiduría por el simple hecho de cumplir una edad. Esta concepción no solo responde a prejuicios edadistas, sino que también tiene una intrínseca relación con el sexismo. Según Van Bauwel (2018), las series de ficción tienden a representar la sabiduría de la edad en relación con la feminidad, y en menos frecuencia con la masculinidad. Al mismo tiempo, una característica compartida entre ambas mujeres es el de ser personajes entrometidos o cotillas sobre las vidas del resto. Este atributo guarda relación a su vez con la representación de la vejez femenina, así lo ratifican también en su estudio, sobre la presencia de mujeres mayores en series, Santaella *et al.* (2022).

Por último, analizamos el personaje de Catherine Dahmer. Se trata de la única representación en la muestra de tercera edad avanzada, es decir, aquella que sobrepasa los 70 años. Su aspecto físico se corresponde con el de una señora mayor prototípica con canoso pelo cardado, marcadas líneas de expresión en la cara y una indumentaria conservadora compuesta principalmente por prendas sobrias, holgadas y antiguas.

Asimismo, se enmarca como un personaje con un discurso narrativo complejo, ya que se relaciona con más de un rol de los designados. En este caso, el personaje desempeña los papeles de *Perfect Grandparent* y *Eternal Sick*, no de forma simultánea como ocurre con los otros dos personajes, sino que podemos ver los dos roles en distintos momentos de su historia dentro de la ficción. En los primeros episodios de la trama, aparece como la representación ideal de ancianidad dedicada a cuidar a de su familia y mantener el hogar. Se manifiesta la imagen clásica de abuela preocupada por el bienestar de sus nietos, y con fuertes creencias cristianas. Ambos aspectos pueden apreciarse en escenas como esta:

- CATHERINE DAHMER: “Me gusta mucho que estés aquí, Jeff, pero no hace falta que cenes siempre conmigo.”
- JEFFREY DAHMER (protagonista): “No me importa.”
- CATHERINE DAHMER: “Ya lo sé, cielo. Pero deberías salir, hacer amigos, salir con una buena chica. Hay una muchacha muy maja en mi iglesia y creo que está soltera. ¿Cómo se llamaba? Barb, creo. Barb Novak. Si vienes a la iglesia, te la presento. Es una encantadora chica cristiana.”

Resulta sustancial marcar la idea de que este rol de *Perfect Grandparent* hace depender la identidad de los personajes mayores dentro de las tramas en otros personajes (Amundsen, 2022). En este sentido, Catherine Dahmer, al ser representada como la abuela perfecta, carece de sentido narrativo sin la presencia de su nieto, puesto que su peso en la ficción recae en la relación familiar con el protagonista.

No obstante, durante los últimos episodios, aquellos que se relacionan con el mayor paso del tiempo, podemos ver su deterioro físico y mental. Una de las escenas de la serie muestra la incursión de la policía en la casa familiar, donde ella permanece desorientada mientras su hijo (Lionel Dahmer) explica a la policía que sufre de demencia.

- CATHERINE DAHMER: “Estará dormido arriba. ¡Es muy temprano!”
- LIONEL DAHMER: “Déjenla”
- AGENTE DE POLÍCIA: “No puede estar aquí.”
- LIONEL DAHMER: “Es mi madre. La están asustando. No pueden...”
- AGENTE DE POLÍCIA: “Es la escena de un crimen. Su hijo mató en esta casa ¿Lo entiende? Él está cooperando. Lo sabe, ¿no?”
- LIONEL DAHMER: “Tiene demencia. Podría tener una crisis nerviosa”
- CATHERINE DAHMER (balbuceando, desorientada): “¡Jeff, baja aquí!”

En el episodio final, en una de las escenas su hijo, Lionel Dahmer, va a visitarla al hospital. La vemos tumbada en la cama, sin dar ningún tipo de respuesta a la visita.

5.3.2 Acciones-verbos utilizados y sus implicaciones

Como parte de este análisis micro de los 7 personajes pertenecientes a la muestra seleccionada, también resulta conveniente analizar más detenidamente el conjunto de acciones desarrolladas por estos para comprobar sus efectos sobre la representación de la tercera edad en las series de ficción.

La gran mayoría de las acciones llevadas a cabo por los personajes mayores consisten en labores de apoyo a los personajes principales, con frecuencia personajes jóvenes o de edad media. Pese a que algunos de ellos gozan de una presencia significativa en las ficciones, el caso de Lady Danbury o la Reina Carlota, el peso narrativo de sus acciones dentro de las tramas narrativas resulta muy escaso. La mayor parte de sus funciones responden a acciones de apoyo, refuerzo y protección para aquellos personajes con los que interactúan.

Podemos hablar así de una tendencia tópica a mostrar a los personajes mayores como poco importantes para las tramas, a menos que sea como instigadores u oponentes del desarrollo principal, y mucho menos como protagonistas de estas (Guarinos, 2019). En el caso de Lady Danbury, podemos ver cómo su único cometido en la serie es el de acoger a la familia Sharma en su hogar para encargarse de ejercer como mediadora en el matrimonio de una de las hermanas. Su desarrollo personal en la serie es prácticamente nulo, puesto que su acción está simplemente vinculada a ayudar a las protagonistas dentro de sus propias tramas. Algo similar ocurre con la Reina Carlota, de la cual llegamos a conocer poco de su propia historia, ya que la mayor parte de su tiempo.

Se encuentra una moderada diferencia con el personaje de Lionel Dahmer. Aunque una considerable parte de su trama esté basada en los problemas y vivencias de su hijo, también podemos llegar a conocer algo más sobre su punto de vista personal. Este hecho también encuentra una fuerte vinculación con la singularidad de que la serie avance temporalmente con los capítulos, lo que nos permite conocer las acciones del personaje mucho antes de ser una persona mayor. Este rasgo ofrece a la ficción la posibilidad de explorar en mayor medida la evolución personal de este personaje.

En referencia a este aspecto, es preciso mencionar el hecho de que la mayor parte de las tareas de apoyo y soporte como papeles secundarios recae sobre los personajes femeninos, más concretamente sobre Lady Danbury, Reina Carlota y Catherine Dahmer, puesto que el único contraste significativo aparece en el personaje de Lionel Dahmer. Esta idiosincrasia guarda relación con la imposición sexista a la que las mujeres mayores también deben hacer frente. Al igual que en el estudio realizado por Santaella *et al.* (2022) se evidencia la manera en la que las mujeres son presentadas con mayor frecuencia como “personas dependientes de las vidas ajenas para dar sentido a las suyas propias” (p.9).

Llegamos a encontrar incluso dentro de nuestra muestra series como *Miércoles* o *Stranger Things* en las cuales la presencia de personajes mayores queda reducida al mínimo, por lo tanto los actos de estos personajes no afectan de ninguna manera a las tramas principales de las mismas.

Tal y como se señalaba en el apartado metodológico, también se ha valorado la agentivización de sus acciones en las tramas de la ficción. En este sentido, se conecta la elección de las acciones y verbos que llevan a cabo los personajes con la posición social que se les concede (López- González *et al.*, 2015). Los resultados determinan que, en la mayoría de los casos, los personajes mayores son los encargados de comenzar sus acciones narrativas, lo que supone una manifestación de la agentividad de la tercera edad. De esta manera, en las ficciones no es posible apreciar una interpretación de las personas mayores como actores pasivos de la trama, es decir, como meros receptores de las consecuencias y no precursores de ellas.

A continuación, se pasa a analizar algunas de las frases comentadas por los personajes mayores durante las escenas en las que aparecen: “Miss Edwina es mi invitada” (Lady Danbury), “Voy a quedarme aquí cuidándolo hasta que se despierte” (Catherine Dahmer), “Lo he organizado” (Lady Danbury), “Me alegra el gran avance que has hecho” (Reina Carlota), “Debería haberte cuidado” (Lionel Dahmer), “Yo te quiero sin importar nada” (Catherine Dahmer) ... Si prestamos atención a las frases seleccionadas, podemos comprobar cómo los personajes mayores son los responsables de realizar las acciones que expresan, lo cual nos lleva a confirmar la presencia de agentivización en las tramas narrativas de la tercera edad.

También se aprecia, en esta selección de frases de los personajes, una fuerte relación entre los verbos empleados y la atención por las emociones o la protección, lo cual apoya, una vez más, esa idea de la vejez femenina como una etapa dedicada al cuidado a los demás (Santaella *et al.*, 2022).

No obstante, pueden observarse señas puntuales de desagentivización por parte de las acciones desarrolladas por los personajes mayores, como cuando Lady Danbury expresa su intención de hacer cambiar el parecer de Kate Sharma (“Tal vez su opinión puede ser cambiada”). Además, se puede apreciar cómo en algunas ocasiones hacen uso del plural para indicar acciones que pretenden alcanzar, por ejemplo en escenas donde Lionel Dahmer habla con el director sobre ayudar a su hijo en los estudios (“Vamos

a conseguir subir esas notas”) o Catherine Dahmer intenta consolar a su nieto (“No hay nada malo en ti que no podamos solucionar”).

Por lo tanto, queda demostrado que el peso fundamental de las acciones relevantes de las tramas narrativas en las que aparecen personas mayores queda confiado en su propia persona. De esta manera, cabe determinar que, en los casos analizados de representación de los mayores en las series de ficción, se localiza de una forma mayoritaria la agentivización de sus acciones.

5.3.3 Relaciones de los personajes mayores y contexto

Como última parte de este análisis micro de los personajes, se procede a examinar las interacciones de los personajes mayores de la muestra seleccionada respecto al resto de personajes de las ficciones.

Los resultados del estudio determinan que el principal vínculo entre los personajes mayores y los personajes con los que interactúan es el de familiaridad, tal y como previamente afirmó Guarinos (2019). La mayor parte de los personajes analizados se relaciona de forma predominante con miembros de su familia, los cuales tienden a ser los protagonistas de las series de ficción. Tal vez, el ejemplo más evidente es el de la serie *Dahmer* donde los tres personajes de la muestra (Lionel Dahmer, Joyce Dahmer y Catherine Dahmer) interactúan principalmente con el protagonista de la serie o entre ellos, al compartir todos una relación familiar.

En la serie *Bridgerton*, podemos ver cómo se mantiene esta tendencia. El Rey Jorge solamente se relaciona con sus familiares y miembros del servicio, mientras que la Reina Carlota amplía algo más su círculo social con amistades como Lady Danbury o algunos parientes de la familia Bridgerton. En el caso de Lady Danbury, no apreciamos relación alguna con su familia directa, sino que sus interacciones personales están vinculadas a la familia Sharma, con las que mantiene un fuerte vínculo al acogerlas en su hogar; la familia Bridgerton, más directamente con la madre Bridgerton por su cercanía en edad; y la Reina Carlota, al ser una de las damas de su corte.

Por último, resulta significativo remarcar el personaje del Forense Anwar, el cual no mantiene relación directa con el resto de los personajes de la serie *Miércoles*. Su única interacción visible en la serie fue con el Sheriff Donovan, la cual se articula como una conversación primariamente profesional.

De las relaciones familiares señaladas, ninguna de ellas es considerada una relación dañina, hostil o conflictiva. Los personajes mayores mantienen relaciones agradables, cercanas, respetuosas y, en la mayor parte de los casos, afectuosas con los personajes con los que se relacionan. No obstante, algunas situaciones representadas en las ficciones de la muestra merecen ser analizadas, dada la existencia de ciertos comportamientos edadistas hacia las personas mayores en estas series.

Tomando como base la clasificación llevada a cabo por la Organización Mundial de la Salud (2021) sobre los tres tipos de edadismo, se determina que, de forma destacada, el edadismo interpersonal es aquel más presente en las series analizadas. Pese a que, como se ha mencionado, las relaciones entre personajes jóvenes y personajes mayores son fundamentalmente cordiales, encontramos escenas donde la tercera edad es tratada de forma condescendiente o compasiva, actitudes edadistas extendidas y aceptadas socialmente (OMS, 2021). Este tipo de actitudes por parte del resto de personajes denotan un sentimiento de superioridad y falta de respeto hacia las personas mayores, simplemente por motivos de edad. Por ejemplo, en una de las escenas podemos ver cómo la protagonista femenina de *Bridgerton*, Kate Sharma, da un respuesta presuntuosa a Lady Danbury sobre las cualidades de su hermana, tras haber sido estas cuestionadas por ella.

- KATE SHARMA: “Espero que no le costara encontrar a todos esos profesores.”
- LADY DANBURY: “Para nada.”
- KATE SHARMA: “Mi madre no se equivocó al describirla: una mujer elegante y bondadosa. (Tono hipócrita). Seguro que aprenderemos mucho de usted, como... el arte de preparar un té exquisito.”

Otra de las escenas de la serie *Miércoles* también nos muestra como el Sheriff Donovan presenta una actitud desconsiderada cuando el Forense Anwar trata de hablarle sobre su jubilación. El policía hace el intento de abandonar la consulta hasta en tres ocasiones mientras el forense le dirige la palabra. No solo no obtiene respuesta por su parte, sino que en el gesto del policía se puede observar una evidente impaciencia y una sonrisa molesta. El forense Anwar, ante el caso omiso de su interlocutor, opta por despedirse de él tras expresar una mueca de resignación.

Como representación algo más grave de edadismo interpersonal, podemos mencionar la relación entre Catherine Dahmer y el protagonista de la serie, su nieto Jeffrey Dahmer. En más de una ocasión, aparecen escenas donde ambos discuten por los aspectos

privados de la vida del nieto. En estas disputas, vemos cómo Jeffrey Dahmer se dirige a su abuela gritando con un tono enfadado y amenazante, incluso llegando en ciertos momentos a maldecir y romper objetos personales de su abuela. La actitud de Catherine Dahmer en estas situación trata de ser conciliadora, pero una vez finalizados los ataques aparece en escena atemorizada por la actitud de su nieto.

Por último, es importante no pasar por alto algunos indicios que también ponen de manifiesto la presencia de edadismo autoinfligido por parte de los personajes mayores de la muestra analizada. Son numerosas las situaciones en las que los propios personajes de la tercera edad se autoperciben y comportan de acuerdo a estos estereotipos edadistas a causa de la internalización de estos prejuicios negativos sobre su propia condición vital. Comentarios como “sé que soy un antiguo y repetitivo disco rayado” dicho por Catherine Dahmer o “me considera usted como una vieja insensible” mencionado por Lady Danbury revelan las concepciones edadistas que ellas mismas tienen sobre su persona, lo cual ayuda directamente a reforzar las actitudes edadistas del resto de personaje sobre la tercera edad (OMS, 2021).

La tabla 3 agrupa de forma resumida los principales resultados del análisis en sus dos niveles, macro y micro.

Tabla 3. Resultados del análisis de las personas mayores en las series de ficción más consumidas a nivel global en 2022

PERSONAJES	NIVEL MACRO		NIVEL MICRO			
	Discurso narrativo	Rol	Peso en la trama narrativa	Relaciones	Acciones edadistas	Tipo de edadismo
El Rey Jorge (Bridgerton)	Tercera edad como etapa final	<i>Eternal Sick</i>	Personaje episódico	Familia y servicio	Sí	Interpersonal
Lionel Dahmer (Dahmer)	Tercera edad como etapa final	<i>Grumpy</i>	Personaje principal	Familia	No	X
Forense Anwar (Miércoles)	Tercera edad como etapa ideal	<i>Golden Ager</i>	Personaje episódico	Relación profesional	Sí	Interpersonal
Joyce Dahmer (Dahmer)	Tercera edad como etapa ideal	<i>Golden Ager</i>	Personaje secundario	Familia	No	X
Lady Danbury (Bridgerton)	Tercera edad como etapa compleja	<i>Legacy</i>	Personaje secundario	Familia y amistad	Sí	Interpersonal
		<i>Grumpy</i>				Autoinfligido
Reina Carlota (Bridgerton)	Tercera edad como etapa compleja	<i>Legacy</i> <i>Grumpy</i>	Personaje secundario	Familia y amistad	No	X
Catherine Dahmer (Dahmer)	Tercera edad como etapa compleja	<i>Perfect Grandparent</i> <i>Eternal Sick</i>	Personaje secundario	Familia	Sí	Interpersonal Autoinfligido

Fuente: Elaboración propia

6 CONCLUSIONES

Una vez completado el análisis sistematizado de los resultados conseguidos en la muestra investigada, se plantean de forma final las conclusiones del presente trabajo. De forma global, es posible señalar que las personas mayores aparecen muy poco en la ficción televisiva y, mucho menos aquellas cuya edad supera los 70 años. Por tanto, se produce una opacidad de la tercera edad en las series de ficción. Cuando aparecen en ellas, se aprecia la presencia de estereotipos edadistas y, en determinados momentos, un claro maltrato discursivo.

Asimismo, las cuatro series de ficción analizadas han permitido confirmar la existencia de representación edadista en los productos culturales, tal y como se planteaba en la primera de las hipótesis. Todos los personajes mayores pertenecientes a la muestra han sido enmarcados dentro de los discursos narrativos propuestos sobre la representación de la tercera edad como una etapa final, una etapa ideal o una etapa compleja. Ninguno de los personajes ha podido ser relacionado con el discurso narrativo de la tercera edad como una etapa naturalizada, lo que pone de manifiesto la diferencia discriminatoria de las personas mayores frente al resto de personajes representados.

Pese a las diferencias entre la concepción de estas las tres narraciones principales, ha quedado comprobado cómo la representación de estos personajes responde a prejuicios edadistas, ya sean positivos como la sabiduría o la ancianidad, o negativos como la irritabilidad y la enfermedad. Asimismo, se ha confirmado la segunda de las hipótesis planteadas sobre cómo la representatividad de estos se limita a papeles secundarios, donde su trama narrativa se vincula a la ayuda, cuidado y respaldo del resto de personajes jóvenes. Su peso narrativo dentro de las ficciones queda reducido a su relación con los personajes protagonistas, con los que mantienen en la mayoría de los casos, una relación familiar o de amistad, lo que también ratifica la tercera hipótesis propuesta al inicio de la investigación. Además, signos de una combinación entre edadismo y sexismo han sido descubiertos en la representación de ciertos personajes femeninos. Por último, y de forma más concluyente, se han encontrado escenas donde se mostraban de una forma expresa comportamientos edadistas tanto interpersonales a través de conversaciones como autoinfligidos en la percepción propia de los personajes mayores.

Con la respuesta a las hipótesis, también los objetivos que nos marcábamos han sido alcanzados. Ha sido estudiado, en detalle y de forma crítica, la construcción de este

grupo intergeneracional en las series de ficción, lo que ha puesto de manifiesto los estereotipos y prejuicios edadistas presentes en los productos culturales.

Con el presente TFG, se ha pretendido visibilizar esta forma de discriminación tan enraizada, así como arrojar luz sobre los procesos de poder del discurso que los medios de comunicación ofrecen a diario. Estos, dado su papel crucial en las sociedades, deben responder a la obligación de una representación acertada y respetuosa de todos los miembros que pertenecen a la comunidad.

La discriminación edadista hacia las personas mayores ha sido manifiesta en estos productos culturales, lo cual desenmascara la gran invisibilización existente sobre esta problemática. Los estereotipos, prejuicios y comportamientos discriminatorios por motivos de edad avanzada permanecen arraigados en nuestra sociedad y perpetuados a través de los medios, por lo que las investigaciones en el campo de la comunicación sobre la representación edadista siguen siendo vitales para la comprensión y erradicación de esta desigualdad. Los medios de comunicación poseen el increíble poder de configurar imaginarios sociales colectivos, que concedan a los ciudadanos valores como la adhesión, la integración y la unidad. Es por este motivo, por el que los productos culturales ofrecidos en ellos no deben pasar por alto la discriminación hacia un grupo intergeneracional tan amplio, diverso y sustancial como es la tercera edad.

Este TFG también pone en evidencia la necesidad de potenciar representaciones naturalizadas de las personas mayores. Resultan esenciales para nuestra sociedad representaciones donde el envejecimiento sea presentado como una evolución natural y corriente, sin diferencias significativas frente a otros procesos generacionales. Las ficciones deben aspirar a representar personajes mayores diversos, alejados de los estereotipos clásicos desmedidamente ideales o peyorativos. Es por ello, por lo que la realidad mediática encuentra una oportunidad de mejora a la hora de representar a este colectivo a partir de investigaciones críticas como la llevada a cabo.

No se trata simplemente de una cuestión a analizar por los investigadores, sino que compete una problemática extendida en nuestra sociedad, que cada día afecta a más y más personas. La indiscutible realidad nos presenta una forma de discriminación de la que todos, antes o después, seremos víctimas. Es por ello, y por el incalculable valor que nuestros mayores representan en la sociedad, por lo que deberíamos hacer todo lo posible para concienciar y poner fin a esta desigualdad.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Abades Porcel, M. y Rayón Valpuesta, E. (2012). Ageing in Spain: it's a challenge or social problem? *Gerokomos*, 23(4), 151-155. <https://dx.doi.org/10.4321/S1134-928X2012000400002>
- Amezcuca, T. y García Domingo, M. (2022). «¿Mayor, yo? ¿Dónde lo pone?» Concepción y atribuciones sociales a la vejez según la autopercepción de las personas mayores del siglo XXI: de la seneficiencia al elder pride. *RECERCA. Revista De Pensament I Anàlisi*, 27(1). <https://doi.org/10.6035/recerca.5778>
- Amundsen, D. (2022). Being called “elderly” impacts adult development: A critical analysis of enduring ageism during COVID in NZ Online News Media. *Journal of Adult Development*, 29(4), 328-341. <https://doi.org/10.1007/s10804-022-09405-8>
- Armero Serrano, R. (2020). *Edadismo en la prensa digital sobre la Covid-19* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Miguel Hernández de Elche]. <https://hdl.handle.net/11000/25800>
- Aznar, H. y Suay-Madrid, A. (2020). Tratamiento y participación de las personas mayores en los medios de comunicación: opinión cualificada de los periodistas especializados. *Profesional de la Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.32>
- Barlovento Comunicación (2021). *Análisis de la industria televisiva-audiovisual*. <https://bit.ly/3rZdT4K>
- Barriga Cano, M.J. (2010). El bucle del proceso de construcción de la realidad en los medios de comunicación. *Investigaciones multidisciplinares en género: II Congreso Universitario Nacional “Investigación y Género”: Sevilla, 17 y 18 de junio de 2010*, 89–102. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5429709>
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (1989). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. London, UK: Penguin Books. Original published 1966.
- Blakeborough, D. (2008). “Old People Are Useless”: Representations of Aging on The Simpsons. *Canadian Journal on Aging / La Revue Canadienne Du Vieillissement*, 27(1), 57-67.
- Bravo-Segal, S. (2018). Edadismo en medios masivos de comunicación: una forma de maltrato discursivo hacia las personas mayores. *Discurso & Sociedad*, (1), 1-28.

- Bravo-Segal, S. y Villar, F. (2020). La representación de los mayores en los medios durante la pandemia COVID-19: ¿hacia un refuerzo del edadismo? *Revista española de geriatría y gerontología*, 55(5), 266–271. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2020.06.002>
- Carney, G., Maguire, S. y Byrne, B. (2022). “Oldies come bottom of Grim Reaper hierarchy”: A framing analysis of UK newspaper coverage of old age and risk of dying during the first wave of the COVID-19 pandemic. *Journal of Social Policy*, 1-22.
- Chang E-S., Kanno S., Levy S., Wang S-Y., Lee JE. y Levy BR. (2020). Global reach of ageism on older persons’ health: A systematic review. *PLoS ONE*,15(1): e0220857. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0220857>
- Craig, R. (1999). Communication theory as a field. *Communication theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Davis, B. y Carson, A. (1998). A content analysis of 25 years of Canadian award-winning television commercials. *Proceedings of the Australian-New Zealand Marketing Academy Conference*. 525–537.
- Eisend, M. (2022). Older people in advertising. *Journal of Advertising*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/00913367.2022.2027300>
- Fealy, G., McNamara, M., Treacy, M. y Lyons, I. (2009). Constructing ageing and age identity: A case study of newspaper discourses. *Ageing & Society*, 32(1), 85-102.
- Fernández-Ballesteros, R. y Huici Casal, C. (2022). El edadismo: Una amenaza frente a las personas mayores. *Tiempo de paz*, 145, 26–39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8600904>
- García-Jiménez, L., Pineda, A. y Rodrigo Alsina, M. (2015). “We Cannot Live in Our Own Neighborhood”: An Approach to the Construction of Intercultural Communication in Television News, en Miller, Toby (ed.). *The Routledge Companion to Global Popular Culture*, capítulo 27, pp. 308-323. Nueva York: Routledge.
- Gómez, P. A. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico: Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy* (17), 195–209. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-81042001000200012&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-81042001000200012&lng=es&tlng=es)

- Guarinos, V. (2019). Envejecimiento (de tópicos) activo (s) en el cine español de las décadas del “bienestar”. *Área Abierta: Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 19 (1), 59-73.
- Healey, T. y Ross, K. (2002). Growing old invisibly: older viewers talk television. *Media, Culture & Society*, 24(1), 105-120. <https://doi.org/10.1177/016344370202400107>
- Instituto Nacional de Estadística. (2022). Estadísticas Demografía y población. España: INE.
- Iversen, S. M. y Wilinska, M. (2020). Ageing, old age and media: Critical appraisal of knowledge practices in academic research. *International Journal of Ageing and Later Life*, 14(1), 121-149. <https://doi.org/10.3384/ijal.1652-8670.18441>
- Jen, S., Jeong, M., Kang, H. y Riquino, M. (2021). Ageism in COVID-related newspaper coverage: The first month of a pandemic. *The Journals of Gerontology: Series B*, 76(9), 1904-1912. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbab102>
- Kessler, E., Rakoczy, K. y Staudinger, U. (2004). The portrayal of older people in prime-time television series: The match with gerontological evidence. *Ageing & Society*, 24(4), 531-552. <https://doi.org/10.1017/S0144686X04002338>
- Kovács, G., Aczél, P. y Bokor, T. (2021). The portrayal of elderly men and women in Hungarian television news programmes. *Ageing & Society*, 41(9), 2099-2117.
- Levy, B., Pilver, C. y Pietrzak, R. (2014). Lower prevalence of psychiatric conditions when negative age stereotypes are resisted. *Social Science & Medicine (1982)*, 119, 170–174. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2014.06.046>
- Loos, E. y Ivan, L. (2018). Visual Ageism in the Media. In: Ayalon, L., Tesch-Römer, C. (eds) *Contemporary Perspectives on Ageism. International Perspectives on Aging*, vol 19. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73820-8_11
- López-González, H., Guerrero-Solé, F. y García-Jiménez, L. (2015). La representación de la tecnología: tecnocultura, empoderamiento y transformación social. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 16(2), 215-230. <https://doi.org/10.1080/14636204.2015.1069073>
- Losada Baltar, A. (2004).” Edadismo: consecuencias de los estereotipos, del prejuicio y la discriminación en la atención a las personas mayores. Algunas pautas para la intervención”. Madrid, Portal Mayores, *Informes Portal Mayores*, nº 14. [Fecha de publicación: 28/02/2004].

- Lucas, A. (2022). *La construcción de las masculinidades periféricas en la producción audiovisual: El caso de la serie «Sex Education»* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Murcia].
- Martín-Pena, D. y Guarinos, V. (2023). EDADISMO, RADIO Y CRISIS PANDÉMICA: la radio generalista española durante el confinamiento. *Caderno CRH*, 35.
- Markov, Č. y Yoon, Y. (2021). Diversity and age stereotypes in portrayals of older adults in popular American primetime television series. *Ageing & Society*, 41(12), 2747-2767. <https://doi.org/10.1017/S0144686X20000549>
- Montorio, I., Izal, M., Sánchez, M. y Losada, A (2002). Dependencia y autonomía funcional en la vejez: la profecía que se autocumple. *Revista multidisciplinar de gerontología*, 12(2), 61-71.
- Officer, A. y de la Fuente-Núñez, V. (2018). A global campaign to combat ageism. *Bulletin of the World Health Organization*, 96(4), 295–296. <https://doi.org/10.2471/BLT.17.202424>
- Organización Mundial de la Salud (2021). *Informe mundial sobre el edadismo*. <https://doi.org/10.37774/9789275324455>
- Ognjanov, G. (2017). Elderly consumers existent or not?: Portrayal of consumers 65+ in print ads in Serbia. *Marketing*, 48(3), 183-188.
- Pintos, J. L. (1995). Orden social e imaginarios sociales (una propuesta de investigación). *Papers*, 45, 101–127. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.1761>
- Pintos, J. L. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 37–65. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000200003
- Raman, P., Harwood, J., Weis, D., Anderson, J. L. y Miller, G. (2008). Portrayals of older adults in US and Indian magazine advertisements: A cross-cultural comparison. *The Howard Journal of Communications*, 19(3), 221-240. <https://doi.org/10.1080/10646170802218214>
- Ramírez, M. (2007). La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: el caso de la radio y televisión de Andalucía, España. *Global Media Journal México*, 4(8), 5. https://rio.tamtu.edu/gmj/vol4/iss8/5?utm_source=rio.tamtu.edu%2Fgmj%2Fvol4%2Fiss8%2F5&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages

- Redondo, Á. (1 de febrero de 2022). *El edadismo: la discriminación de la edad*. La Mente es Maravillosa. <https://lamenteesmaravillosa.com/el-edadismo-la-discriminacion-de-la-edad/>
- Reul, R., Dhoest, A., Paulussen, S. y Panis, K. (2022). The vulnerable old-old versus the dynamic young-old: Recurring types in the representation of older people on television. *Ageing & Society*, 1-17. <https://doi.org/10.1017/S0144686X22000137>
- Rozanova, J. (2010). Discourse of successful aging in The Globe & Mail: Insights from critical gerontology. *Journal of aging studies*, 24(4), 213-222. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2010.05.001>
- Ruiz, A. (17 de marzo de 2023). *Audiencia de las plataformas de streaming en España: Netflix pierde un -20,2% de su cuota de usuarios en un año*. Marketing 4 Ecommerce. <https://marketing4ecommerce.net/netflix-se-mantiene-como-la-plataforma-de-streaming-lider-a-pesar-de-ser-la-que-mas-audiencia-ha-perdido/>
- Sánchez, C. (2004). *Estereotipos negativos hacia la vejez y su relación con variables sociodemográficas, psicosociales y psicológicas*. [Tesis doctoral, Universidad de Málaga]
- Sánchez-Soriano, J. y García-Jiménez, L. (2020). La construcción mediática del colectivo LGTB+ en el cine blockbuster de Hollywood. El uso del pinkwashing y el queerbaiting. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 95–116. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1451>
- Sánchez-Soriano, J. (2021). *Análisis de ficción seriada con componente LGTB+: estudio de las representaciones e interpretaciones de casos españoles y estadounidenses durante la década 2011-2020* [Tesis doctoral, Universidad de Murcia]. <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/113767>
- Santaella Rodríguez, E., de Pinedo Extremera, C. y Martínez-Heredia, N. (2022). Análisis de la presencia de las mujeres mayores en las series de televisión españolas. *Revista Estudios Feministas*, 30(3), e79936. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2022v30n379936>
- Seco-Lozano, L. (2022). Edadismo: la barrera invisible. *Enfermería Nefrológica*, 25(1), 7-9. <https://doi.org/10.37551/S2254-28842022001>

- Seidler, A. y Wolff, J. (2017). Bidirectional associations between self-perceptions of aging and processing speed across 3 years. *GeroPsych*, 30(2), 49–59. <https://doi.org/10.1024/1662-9647/a000165>
- Shary, T. y McVittie, N. (2016). *Fade to gray: Aging in American cinema*. University of Texas Press.
- Smith, R. M. (2000). *A content analysis of advertising in magazines directed at United States and United Kingdom seniors*. [Tesis doctoral, Old Dominion University].
- Swift, H. J. y Steeden, B. (2020). Exploring representations of old age and ageing Literature review About us Centre for Ageing Better.
- Tortajada, I., Dhaenens, F. y Willem, C. (2018). Gendered ageing bodies in popular media culture. *Feminist media studies*, 18(1), 1-6. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1410313>
- Torres, E. y García, S. (2015). Representación de la vejez en publicidad: presencia de estereotipos, prescriptores y consumidores. *Opción*, 31(2), 1083-1104.
- Van Bauwel, S. (2018). Invisible golden girls? Post-feminist discourses and female ageing bodies in contemporary television fiction. *Feminist Media Studies*, 18(1), 21-33. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1409969>
- Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital Revista de pensamiento e investigación social*, 1, 18–24.
- Van Dijk, T. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (30), 203-222.
- Walsh, A. (1989). “Life isn't yet over”: Older Heroines in American Popular Cinema of the 1930s and 1970s/80s. *Qualitative Sociology*, 12(1), 72-95.
- White, R. (2014). Funny Old Girls: Representing Older Women in British Television Comedy. In: Whelehan, I., Gwynne, J. (eds) *Ageing, Popular Culture and Contemporary Feminism*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137376534_11
- Williams, A., Wadleigh, P. M. y Ylänné, V. (2010). Images of older people in UK magazine advertising: Toward a typology. *The International Journal of Aging and Human Development*, 71(2), 83-114.
- World Bank Open Data. (2023). *Población de 65 años de edad y más (% del total)*. Recuperado 8 de mayo de 2023,

de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.65UP.TO.ZS?contextual=default&nd=2021&start=1960&view=map&year=1985>

Ylänne, V. (2015). Representations of ageing in the media en Twigg, J. y Martin, W. (eds), *Routledge handbook of cultural gerontology* (pp. 369-375). Routledge.

Zanjari, N., Fadayevatan, R., & Aghaei, A. (2021). Representation of the Elderly portray in Iranian Cinema during the last 3 Decades (1989-2018). *Journal of Gerontology*, 6(3), 53-64.