



La tercera edad en los contenidos informativos de la prensa digital. Estudio empírico de los encuadres noticiosos sobre las personas mayores de Castilla y León

Margarita Antón Crespo¹; María Yolanda Fernández Ramos²

Recibido: 15 de enero de 2017 / Aceptado: 4 de septiembre de 2017

Resumen. Esta investigación se ha centrado en analizar el posicionamiento de la prensa regional con respecto a la temática de una población más envejecida que en resto de España y Europa, la de la autonomía de Castilla y León. En este trabajo se presentan los resultados del análisis de contenido sobre los encuadres noticiosos de la información sobre la tercera edad publicada en la prensa digital de mayor difusión de esta autonomía. Hemos analizado 799 noticias sobre las personas mayores publicadas en, todo tipo de géneros, en la prensa digital de mayor tirada difundida en Castilla y León. Para la realización del estudio se han aplicado los cinco tipos de encuadres noticiosos de Semetko y Valkenburg, al objeto de analizar el discurso latente y subjetivo de cada una de las informaciones elegidas para el análisis.

Palabras clave: Prensa digital; encuadres noticiosos; análisis de contenido; personas mayores; medios de comunicación.

[en] Old age in the news content of the digital press. Empirical study of news frames on senior citizens of Castilla and Leon

Abstract. This investigation has focused on analysing the position of the regional press with respect to the subject of an older population than in the rest of Spain and Europe; that of the autonomous region of Castilla and Leon. This study presents the results of the content analysis on the news frames of information on old age, which were published most widely in the digital press of this autonomous region. We have analysed 799 news articles about elderly people, published in all types of genres, in the most widely published digital press in Castilla and Leon. In order to carry out the study, Semetko and Valkenburg's five types of news frames were applied, with the objective of analysing the latent and subjective discourse of the chosen information.

Keywords: Digital press; news frames; content analysis; older people; means of communication.

Sumario. 1. Introducción. 2. La Teoría del Framing y las representaciones de la realidad de la tercera edad. 3. Fuentes y metodología; 3.1. Muestra de contenidos; 3.2. Soporte y espacio; 3.3. Periodo de recogida de los datos; 3.4. Muestra y agenda temática; 3.5. Ficha de análisis. 4. Resultados; 4.1. Perfil

¹ Universidad de Valladolid
E-mail: maranton@fyl.uva.es

² Universidad Europea Miguel de Cervantes
E-mail: yolfer@uemc.es

general de las informaciones analizadas (calidad e interés); 4.2. Actores y circunstancias; 4.3. Encuadres noticiosos en las noticias sobre la tercera edad. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Antón Crespo, Margarita y Fernández Ramos, María Yolanda (2018): "La tercera edad en los contenidos informativos de la prensa digital. Estudio empírico de los encuadres noticiosos sobre las personas mayores de Castilla y León", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (1), 33-50.

1. Introducción

Castilla y León es una de las regiones más envejecidas de España, (Gómez García, Peláez Feroso, y García González 2007: 1), junto con, Aragón, Asturias y Galicia, incluso se podría decir, que es una de las regiones más envejecidas de Europa (Abellán García y Ayala García, 2012: 3). Ya desde 1990 se viene observando el aumento de la proporción de ancianos respecto a los jóvenes. Concretamente en el año 2000 el 22% de la población castellano-leonesa, tenía 65 años o más, mientras que sólo un 12% representaba a la población de menos de 15 años, y la previsión es que esta brecha aumente. Según los datos correspondientes a las previsiones a corto plazo del INE (Instituto Nacional de Estadística) de la población residente a uno de enero de cada año en el periodo 2008 a 2018, la diferencia de porcentajes en el año 2000 era de un 10%, en el 2018 la diferencia será del 11,33% (véase tabla 1).

Tabla 1: Porcentajes de la población joven y mayor de Castilla y León. Fuente: elaboración propia a partir de los datos del INE de las proyecciones de la población residente a 1 de enero de cada uno de los años del periodo de 2008 a 2018.

POBLACIÓN	AÑOS		
	2000 ³	2008	2018
De 0 a 14 años	12%	11.62%	12.23%
De 65 a 100 y más años	22%	22.32%	23.56%
Diferencia de Población	10%	10.70%	11.33%

Sin embargo, aunque los datos estadísticos señalan que ya ha llegado la revolución demográfica a Europa, a nuestro país y en particular a la Comunidad castellano leonesa, parece que los medios de comunicación no están respondiendo a la composición demográfica de la sociedad para la cual están editando sus publicaciones y sus programas. Por otro lado, la irrupción de Internet como un nuevo canal de comunicación que facilita la rápida difusión de la comunicación, está provocando la progresiva utilización de este canal por los más mayores que, al convertirse en un estrato mayoritario de la población, deberían ver reflejadas imágenes y encuadres próximos a su realidad y no a realidades estereotipadas del pasado.

³ Introducimos esta columna para tener presente el dato extraído del trabajo de Gómez, Peláez y García, 2007.

Por estas razones, el trabajo que aquí se presenta tiene como objetivo principal: analizar la cobertura de las noticias que se difunden en la prensa digital de mayor difusión sobre la tercera edad en una de las regiones más envejecidas de Europa y España, Castilla y León. Como objetivo secundario se pretende analizar la evaluación que de los mayores y de las circunstancias que los rodean se realiza en los medios seleccionados, para definir con mayor exactitud los límites de la imagen construida.

2. La Teoría del Framing y las representaciones de la realidad de la tercera edad

Para conocer cómo estructura la prensa castellano-leonesa la información sobre la tercera edad y, estudiar los procesos de representación de las personas mayores en la sociedad, nos hemos fijado, en la Teoría del *framing* o encuadre mediático que nos permite describir el proceso por el cual los medios no sólo establecen la agenda de los temas de debate público, sino que también encuadran los acontecimientos sociales.

“Los encuadres organizan principios que son socialmente compartidos y persistentes con el paso del tiempo, operando simbólicamente para estructurar significativamente el área social” (Reese, Gandy, y Grant: 11). Es decir, los encuadres que utilizan los periodistas tienen una importante función, al recoger la realidad como piezas inconexas para presentarla de manera inteligible y darle un significado (Sádaba, 2001: 63). De hecho, Valkenburg, Semetko y de Vreese hablan en su trabajo del encuadre mediático (*media frame*) como “una forma particular a través de la cual el periodista compone o construye una noticia para optimizar la accesibilidad de la audiencia” Valkenburg, Semetko y de Vreese (1999: 550). De esta manera, éstos se utilizarían para simplificar la información, puesto que normalmente se cuenta con poco espacio o tiempo para dar todos los datos relacionados con el asunto noticioso del que se informa y esto podría provocar la utilización de estereotipos o imágenes simplificadas de la realidad.

Podríamos pensar que la utilización de encuadres, al tratar las noticias sobre la tercera edad, podría estar detrás de la simplificación de la realidad al considerar a las personas mayores cómo si fueran en general poco atractivas, poco inteligentes, asexuadas, poco productivas y seniles (Butler, 1969: 243). Sin embargo, Buchholz y Bynum (1982: 87) con base en un análisis de contenidos de 2000 mensajes relacionados con las personas mayores de 65 años, en dos periódicos estadounidenses (*New York Times* y *Daily Oklahoma*), concluyeron que las imágenes presentadas no eran tan negativas ni tan pasivas, apoyando las hipótesis de Atkin (1975) que señalaba que a través del tiempo la presentación de imágenes de la tercera edad y de las personas mayores en los periódicos tiende a ser menos negativa; la prensa escrita tiende a presentar como más activos los roles desempeñados por las personas mayores; y que la cobertura de situaciones referentes a la tercera edad en los periódicos se incrementa con el paso de los años.

Sin embargo, más recientemente Butler (2002), en su intervención en el Seminario para los medios en Madrid, apuntaba que el etarismo no estaba superado y que se necesitaría una visión pública y una filosofía privada acerca de la

longevidad, al tiempo que necesitaríamos cuidar más y mejor de nosotros mismos, para superarlo. Por lo tanto, sería necesario que los medios de comunicación fueran transmisores de los cambios que se están produciendo para mejorar las condiciones de vida de las personas mayores y en general de toda la sociedad.

3. Fuentes y metodología

Para el logro de nuestros objetivos hemos utilizado una metodología de triangulación, con análisis cuantitativos y cualitativos a través de variables aplicadas a un análisis de contenido de informaciones en prensa digital.

El análisis de contenidos nos permite examinar científicamente tanto los significados (análisis temático) como los significantes (análisis de los procedimientos, de las convenciones, de los rasgos formales) de la unidad de análisis (el mensaje) (Igartua y Humanes, 2009: 11). Además según señalan Wimmer y Dominick (1996: 281) es la técnica que se aplica fundamentalmente cuando queremos describir los componentes de una información, comprobar hipótesis sobre las características de un mensaje, comparar el contenido de los medios con el “mundo real” y evaluar la imagen de grupos sociales concretos como sucede en nuestra investigación.

De acuerdo con una de las definiciones más clásicas, el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación con el fin de interpretarla” Berelson (1952: 18). Esta definición nos ha permitido establecer las reglas que han guiado nuestra investigación. En primer lugar, la “objetividad” que ha supuesto el empleo de procedimientos de análisis que nos han permitido descripciones y explicaciones no sesgadas por el investigador, controlando de forma exhaustiva la fiabilidad en cada uno de los pasos. En segundo lugar, la “sistematización” nos ha permitido seguir una pauta objetiva conforme a reglas explícitas que han abarcado todo el contenido analizado (Andréu, 1998: 3; Igartua, 2006: 182). Por último, “la cuantificación” nos ha permitido la obtención de datos numéricos susceptibles de poder ser tratados con técnicas estadísticas para la obtención de conclusiones o inferencias verificables y fiables que ayuden a su interpretación y a descubrir lo latente de los mismos.

Al ser el análisis de contenido una modalidad especial de aplicación del método científico hemos seguido todos los pasos que se indican para la investigación social en general. Por lo tanto, además de plantear nuestro objetivo “estudiar el tratamiento informativo de las noticias sobre la tercera edad en la prensa digital regional de Castilla y León”, hemos partido de la **hipótesis general** de que los periódicos castellanos y leoneses ofrecen una realidad parcial de las personas mayores, utilizando unos encuadres que no reflejan el imparable crecimiento de la población mayor ni su heterogeneidad.

A continuación, realizamos de forma detallada la descripción de la muestra, de los medios analizados, la conceptualización, operacionalización y categorización de las variables, así como el procedimiento de codificación y el chequeo intercodificadores.

3.1. Muestra de contenidos

En cuanto a las unidades de análisis que componen la muestra seleccionada se han escogido según criterios de soporte y espacio, periodo de recogida de los datos, muestra y agenda temática y ficha descriptiva de análisis.

3.2. Soporte y espacio

Los diarios digitales con periodicidad diaria con secciones específicas para cada una de las nueve provincias castellano-leonesas. Se excluyen todos aquellos diarios centrados en ámbitos locales más reducidos y los que tienen acceso bajo suscripción. Posteriormente, se ha elegido un diario por provincia, siguiendo el criterio de mayor difusión según los datos hechos públicos por la OJD (Oficina de Justificación de la Difusión)⁴ Con lo que los periódicos seleccionados por orden alfabético han sido: *Diario de Ávila.es*, *Diario de Burgos.es*; *Diario de León.es*, *Diario Palentino.es*, *Heraldo de Soria.es*, *El Adelantado.com*, *El Norte de Castilla.es*, *La Gaceta de Salamanca.es*, *La opinión de Zamora.es*. A esta lista hemos añadido los diarios nacionales digitales con sección específica para Castilla y León que se constituyen en medios de *referencia dominante* de acuerdo a su difusión y representatividad.

3.3. Periodo de recogida de los datos

Los doce diarios se revisaron durante un período de ocho meses desde el 1 de noviembre de 2012 al 30 de junio de 2013. Las publicaciones recogidas los meses de noviembre, diciembre y enero se utilizaron para hacer un estudio piloto con el que poder definir mejor las variables utilizadas, mientras que las publicaciones recogidas de enero a junio, ambos inclusive, de 2013 han servido para realizar esta investigación.

Dado que la información digital es dinámica, el momento de recogida de los datos se ha realizado el día que correspondía, en una franja horaria de 21 a 23 horas.

3.4. Muestra y agenda temática

Para seleccionar los días concretos en los que se iba a muestrear se seleccionó una muestra compuesta por doce semanas de los seis primeros meses del año 2012, correspondiendo dos semanas a cada uno de los meses seleccionados. Dichas semanas fueron construidas de forma aleatoria con el método de muestreo aleatorio simple de elección sistemática utilizando el procedimiento “seleccionar casos” del programa estadístico SPSS versión 21.

Esto supone que de los 2172 periódicos digitales que componen la población a estudiar se ha analizado una muestra de 1008 periódicos que suponiendo las peores de las situaciones $p=q=0,5$ y con 95 % de confianza arroja un error de $\pm 2,26$ % bastante inferior al 5% que se suele admitir para este tipo de trabajos

⁴Datos publicados por la OJD referidos al mes de septiembre de 2011

A través del análisis de los 1008 diarios es donde hemos localizado las noticias, reportajes, breves o entrevistas que tuvieran como tema principal la tercera edad o en las que se identificará a las personas mayores como protagonistas de una determinada acción (tanto en los titulares, como en subtítulos o en la entradilla o *lead*). Para ello, se revisaron todas las secciones, excepto opinión. A partir de la exploración íntegra de los periódicos seleccionados, se extrajeron únicamente aquellos artículos que hacían referencia explícita a personas mayores en calidad de tales (por criterios temáticos o de edad). Finalmente, se recogieron todos los gráficos y fotografías que las acompañaban.

El número total de publicaciones obtenidas y analizadas en esta fase han sido 799.

3.5. Ficha de análisis

La ficha de análisis estaba dividida en cuatro grandes bloques:

A. Datos de identificación básicos: este grupo de variables nos permite identificar cada una de las unidades de análisis.

- Número de la unidad de análisis (Id). Cada una de las unidades informativas analizadas fue asociada a un número que ha permitido su identificación durante el desarrollo del estudio.

- Titular de la noticia (Titular). Con esta variable hemos identificado la muestra de noticias analizadas.

- Nombre del codificador (Codificador). Variable fundamental para identificar al codificador y realizar la fiabilidad intercodificadores.

- Enlace a la noticia (Enlace). Se indicó el enlace a la página que recogía la noticia para facilitar el acceso a la misma en cualquier otro momento.

- Fecha de publicación (Fecha). Se indicó la fecha (dd/mm/aaaa) de publicación de la noticia.

- Periódico (Soporte). Se indicó el medio que había publicado la noticia.

B. Variables descriptivas relacionadas con la calidad e interés. Con este conjunto de variables pretendemos recoger la calidad en el tratamiento de la información y el interés que el medio otorga al tema:

- Día de la semana (Dia_de_la_semana). Las informaciones publicadas los sábados, domingos e incluso los lunes suponen indicios del mayor interés por parte del medio que los publicados durante el resto de la semana.

- Sección (Sección). El hecho de que la superficie redaccional se parezca en secciones, como sostiene el profesor Núñez Ladevéze: “es un criterio de evaluación que se aplica a la selección de noticias más importantes. En general, puede decirse que las secciones responden a criterios de clasificación temática de la información” (Núñez Ladevéze 1991:182).

- Provincial (Provincia). Cuanto más cercana sea la información al entorno de los lectores, se considerará que tiene mayor calidad, ya que refleja mejor la realidad cercana, objetivo de un periódico local. Por lo tanto, si la noticia aparece en la sección provincial indicaremos en que sección provincial concreta.

- Género de la noticia (Género). Siguiendo a Martínez Albertos (1974), los géneros periodísticos podrían definirse como “las modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva”. Varios estudios corroboran que los periodistas priorizan las funciones de informar e influir sobre el entretenimiento y la educación (Ortega y Humanes, 2000: 164), por lo que aunque los géneros se rigen por reglas bastante flexibles que admiten muchas variedades nosotros hemos diferenciado como en el trabajo de Cheng et al (2009) entre “noticia” (1), “reportaje” (2), “breve” (3) o “entrevista” (4)⁵. Se ha señalado como “noticia” toda aquella descripción de un hecho acontecido, acompañada de sus circunstancias explicativas, que contaba con un titular y cuerpo, y normalmente también con el lead o entradilla. Además, en ellas la información normalmente no se solía repetir y en su redacción había objetividad. Por su parte, por “reportaje” se entendió aquella explicación de los hechos actuales que ya no eran estrictamente noticia, tanto de sus hechos como de sus circunstancias. Se ha identificado con “breve” a las noticias en la que todo el texto venía constituido por el lead o entradilla y, finalmente, por “entrevista” se ha identificado aquella en la que se trataba de ofrecer información derivada de una fuente determinada: el entrevistado.

- Fuente u origen de la información (Fuente). Las fuentes, junto con los periodistas y la audiencia, son los responsables de que un hecho adquiriera el rango de acontecimiento público (Gans, 1979: 117). Las fuentes son tan importantes que “un medio sin fuentes es un medio muerto”(Fontcuberta, 1995: 58). Sin embargo, no sólo la cantidad sino también la calidad es lo que marca la credibilidad de un periódico y su influencia (Borrat, 1989: 54), puesto que las fuentes no se limitan a suministrar noticias, sino conocimientos y puntos de vista (Martínez Vallvey, 1996: 60-61). Por eso, nos interesa saber también quién dice qué. Las fuentes oficiales (administración pública, políticos, fuerzas de seguridad, ámbito judicial...), se convierten en eco del poder con el que se pretende orientar a los ciudadanos, por lo que en nuestro trabajo daremos prioridad a las personas que protagonizan este trabajo como parte interesada y conocedora de su realidad (mayores y asociaciones).

- Firma (Firma). La firma es una garantía de independencia, en la medida en que demuestra que el periódico ha obtenido la información por sus propios medios (Berrocal Gonzalo y Rodríguez-Maribona, 1998: 71). Según González Polo: “en orden decreciente lo ideal sería que apareciera la firma completa (con nombres y apellidos); luego las iniciales; después el periódico que publica la información; una firma mixta (es decir redactor -agencia, periódico-agencia...); agencia, y por último, textos sin firmar (el anonimato es la actitud más desaconsejable y en muchos casos esconde intereses espurios)” (González Polo 2005:83).

- Tamaño de la publicación (Tamaño_de_la_publicación). Otra variable que mide el interés que un medio otorga a un tema es la extensión que le dedica. Cuanto más espacio se reserve a un contenido, cuanto mayor sea la mancha de texto, se considera que ese medio cuantitativamente se preocupa más por él.

⁵ Somos conscientes que la prensa digital ha favorecido la aparición de nuevos géneros periodísticos como son el foro, la entrevista de los lectores, la retransmisión escrita, o la crónica de urgencia. Sin embargo, no se han contemplado en este estudio por la escasa utilización de estos géneros para el tratamiento informativo de la tercera edad.

- Número de elementos visuales (Num_elem_visuales). En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías en Internet, el periodista tiene un abanico muy amplio de modalidades comunicativas. Puede hacer uso de diferentes instrumentos como: el texto, las imágenes, el vídeo y el audio en una misma plataforma. Con estas modalidades la noticia, el reportaje, el suceso se puede presentar en una estructura no lineal, más hipertextual y multimedia de respuesta directa. Asimismo, es unánime la opinión de los estudiosos de la comunicación a la hora de señalar que la imagen realza las informaciones a las que acompaña, ya sea en mayor o menor grado y con unos significados u otros. Recordando las palabras de Berrocal y Rodríguez-Maribona (1998: 117), cerca del 80% de los lectores se fijan en primer lugar en las fotografías e ilustraciones. Por otro lado, el vídeo, al igual que la televisión, tiene un grado de credibilidad mayor que cualquier otro elemento a la hora de ilustrar una información.

Por último, se generó la variable número de unidades publicadas en cada medio (Num_Unidades) puesto que un mayor número de unidades informativas publicadas por un medio, mostrará un mayor interés por el tema. Los medios dan prestigio y realzan la autoridad de individuos y grupos al legitimizar su status. El reconocimiento por parte de la prensa, radio, revistas o noticiarios testifica que uno tiene la suficiente importancia como para destacar entre las grandes masas anónimas (Lazarsfeld y Merton, 1977: 105). Este interés no tiene por qué ser positivo para el colectivo sino simplemente le presta una mayor atención.

C. Variables evaluativas de las noticias desde la perspectiva del acontecimiento principal y desde la perspectiva de los actores

- Carácter evaluativo del acontecimiento principal (Caracter_evaluativo_acontecimiento). Se refiere al carácter evaluativo del suceso o hecho desde la perspectiva de los mayores, teniendo en cuenta el contexto global de la noticia. Los medios nos ofrecen explicaciones e interpretaciones de los hechos noticiosos con el fin de ayudar a comprenderlos. La noticia escueta proporciona información, la interpretación o correlación va más allá, intentando favorecer el conocimiento (Lasswell, 1948). De esta forma, Si las opiniones e interpretaciones son favorables a los mayores, redundará en una mejor imagen del colectivo. Se ha juzgado como positivo todas aquellas noticias que reflejaban acontecimientos que fomentaban la integración social, la atención y cuidado de mayores, su contribución social, la mejora en sus condiciones de vida, y en general, cualquier acción gratificante para los mayores. Mientras que se ha juzgado como negativo todas las noticias que reflejaban acciones de discriminación, empeoramiento en sus condiciones de vida, ataques o violencia sobre los mayores.

- Carácter evaluativo del actor (Caracter_evaluativo_actor). Se refiere al carácter evaluativo del mayor o mayores, teniendo en cuenta el contexto global de la noticia. Puede ocurrir que se les presente como actores de hechos, participativos y autónomos con lo que la imagen del colectivo será positiva. Por el contrario, si se los presenta como sujetos receptores, inactivos o aislados contribuirá a perpetuar los estereotipos negativos.

D. Variables que definen los encuadres genéricos (new frames): Para crear una escala que defina el tema de la tercera edad hemos seguido, en primer lugar, una aproximación deductiva y en concreto nos hemos fijado en la aproximación

más elaborada para evaluar de forma consistente (mediante análisis de contenido) los diferentes tipos de encuadres noticiosos. Esta aproximación es la desarrollada por Semetko y Valkenburg (2000: 100) que desarrollaron una escala compuesta por 20 variables para evaluar la representación mediática de la política europea en los diarios y cadenas de televisión holandeses⁶. Cada una de las variables evaluaba, de forma dicotómica, la presencia o ausencia de cada elemento descrito. Los resultados de su estudio fueron satisfactorios, al identificarse mediante análisis factorial y análisis de conglomerados cinco tipos básicos de encuadres noticiosos:

- Encuadre de atribución de responsabilidad (Resp_1, Resp_2, Resp_3, Resp_4, Resp_5). En la información se analizan y enfatizan las responsabilidades (del gobierno, o de individuos, grupos o entidades específicos) tanto por causar o para resolver un problema determinado.

- Encuadre de interés humano (Int_hum_1, Int_hum_2, Int_hum_3, Int_hum_4, Int_hum_5). Se aborda el lado humano del asunto; se enfoca el problema abordado desde un ángulo emocional, dramatizando e intentado personalizar para captar el interés del público.

- Encuadre de conflicto (Atrib_confli_1, Atrib_confli_2, Atrib_confli_3, Atrib_confli_4). A la hora de tratar la información se enfatiza el conflicto entre individuos, grupos o instituciones como medio de captación del interés de las audiencias.

- Encuadre de moralidad (Atrib_moral_1, Atrib_moral_2, Atrib_moral_3). Se alude al contexto ético, moral o religioso. En la información se presentan prescripciones sobre cómo se debería actuar de acuerdo con una ética particular.

- Encuadre de consecuencias económicas (Consec_eco_1, Consec_eco_2, Consec_eco_3). Se alude al problema abordado haciendo un énfasis especial en las consecuencias económicas que puede ejercer en individuos, grupos, instituciones, regiones o países.

A los ítems propuestos por Semetko y Valkenburg (2000: 100), hemos añadido tres más (Resp_6, Int_hum_6 y Consec_eco_4), que suponíamos podían ser importantes tras realizar el estudio piloto. Por lo tanto, hemos adaptado este estudio a nuestro caso en concreto, para establecer en primer lugar, los ítems que forman la escala de encuadres noticiosos, comprobando posteriormente, con un análisis factorial si se reproduce la estructura factorial original. Los ítems han sido medidos con una escala ordinal de tres puntos para medir la intensidad del uso de las palabras por la frecuencia de su aparición (1 = una vez -no muy intensa; 2 = dos veces -intensidad moderada; 3 = tres veces o más -bastante o muy intensa). Por último, se midió el grado de fiabilidad o consistencia interna de las variables empíricas en la configuración de una misma dimensión o encuadre noticioso a través del valor del coeficiente alfa (α) de Cronbach. Los ítems que componían cada uno de los encuadres, se encuentran recogidos en la tabla 2.

⁶ Este trabajo ha sido utilizado por muchos autores, pero en especial fue traducido y utilizado por Igartua et al. (2004) en su trabajo "Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión españolas".

Tabla 2: Ítems recogidos en cada uno de los encuadres genéricos.

Framing de atribución de responsabilidad	Framing de atribución de interés humano	Framing de atribución de de conflicto	Framing de atribución de moralidad	Framing de atribución de consecuencias económicas
En el relato se sugiere que alguna institución tiene la habilidad para resolver o aliviar el problema	En el relato se muestra la cara humana de un tema o problema; con un ejemplo concreto del problema se presenta su lado más emocional.	En el relato se alude a cierto desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos, instituciones o países.	El relato contiene algún tipo de mensaje moral.	En el relato se mencionan ganancias o pérdidas financieras que pueden producirse en el presente o en el futuro (mención a temas financieros).
En el relato se sugiere que alguna institución es responsable del tema o problema abordado.	En el relato se utilizan adjetivos o descripciones personales que generan sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión.	En el relato se informa de que un partido político, individuo, grupo, institución o país realiza algún tipo de reproche a otro partido político, individuo, grupo, institución o país.	El relato hace referencia a la moralidad, a Dios, o a otros principios religiosos.	En el relato se alude a los costes asociados al tema o problema abordado.
En el relato se sugiere que un individuo (o un grupo social) es responsable del tema o problema abordado.	En el relato se enfatiza cómo los individuos o los grupos están afectados por el tema o el problema abordado.	El relato alude dos o más posturas diferentes en torno al tema o problema abordado.	El relato ofrece prescripciones sociales específicas que indican cómo se debería actuar.	En el relato se hace referencia a las consecuencias económicas por seguir o no una determinada acción.
En el relato se sugieren soluciones al problema o tema abordado.	El relato se adentra en las vidas privadas o personales de los actores o protagonistas.	El relato se construye haciendo alusión a ganadores y vencidos.		En el relato se señala la conveniencia de articular políticas económicas para solucionar el problema.
En el relato se sugiere que el problema requiere una acción urgente.	El relato contiene información visual que podría generar sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión.			
En el relato se sugiere que el contexto social o la situación (factores abstractos) es la causa del tema o problema abordado.	En el relato se incluyen testimonios de personas implicadas en el suceso.			

E. Codificación y chequeo intercodificadores: Para lograr la máxima fiabilidad, seguimos las indicaciones de Krippendorff (1990: 91), realizándose la codificación de los datos por dos codificadores a los que se les asignó de manera aleatoria una serie de noticias de la muestra siguiendo el principio de representatividad.

La fiabilidad se expresa como una función del acuerdo alcanzado entre los codificadores sobre la asignación de las unidades a las diversas categorías. Si dicho

acuerdo es total para todas las unidades, está garantizada la fiabilidad, por el contrario, si no es mayor que el correspondiente al azar, la fiabilidad es nula. En nuestro caso, a partir de los datos obtenidos por los dos analistas se creo una matriz y se calculo el coeficiente Pi de Scout para cada una de las variables que arrojo un valor medio de 0,71 que teniendo en cuenta los estándares existentes sobre este tema indica que la fiabilidad intercodificadores es adecuada.

4. Resultados

4.1. Perfil general de las informaciones analizadas (calidad e interés)

De las 779 unidades identificadas en esta fase del estudio, un 21,2% han sido publicadas en el nortedecastilla.es que es un porcentaje bastante alto si tenemos en cuenta que el resto de diarios digitales no llegan a la mitad de dicho porcentaje: Sólo un 10,3% han sido publicadas en laopiniondezamora.es, un 9,6% en el diariodeburgos.es, un 9,5% en el diariopalentino.es, un 9,3% en la gacetadesalamanca.com, un 9,1 % en el abc.es, y en torno a un 6,0% en el caso de diariodeavila.es (6,0%), elmundo.es (6,3%), eladelantado.com (5,3%), y el diariodeleon.es (5,1%) y con porcentajes sensiblemente menores larazon.es (3,8%) y el heraldodesoria.es (3,5%)

Las publicaciones fueron fundamentalmente noticias (un 91,0% de las publicaciones analizadas), lo que indica con rotundidad que las publicaciones sobre la tercera edad se limitan a la publicación puntual de informaciones sin un análisis posterior en profundidad para ahondar en los hechos, ampliándolos y contextualizándolos a través de otros géneros más reflexivos (Polo González, 2005: 267). Además, la extensión media de las noticias es de 435 palabras que suele ocupar algo más de una cara de folio y por lo tanto parecen no tener suficiente entidad, ya sea por su temática o por la falta de elaboración del periodista

Casi la mitad de las informaciones aparecen en las secciones local, provincial y regional, por lo que el principio de cercanía parece tener un peso importante en las informaciones sobre la tercera edad. De hecho, este criterio de proximidad y cercanía, entendido como “referente para dar valor añadido a la información acercando al máximo la información a los intereses de los lectores” (Sancho, 2004: 47), podría también estar relacionado con la frecuencia de aparición de las noticias de la tercera edad en la sección de sucesos (12%), donde la mayoría de las informaciones relatadas se habían producido en la comunidad autónoma

Un dato que indica que las informaciones sobre la tercera edad no ocupan un lugar destacado en la prensa digital de Castilla y León, es que un 75% de las mismas fueron publicadas de lunes a viernes, y sólo un 25 % en fin de semana, aunque destaca el lunes como el día en que mayor número de informaciones aparecen en los periódicos analizados (17,9%). Detrás de estos datos parece estar el hecho de que la abundancia de informaciones (deportivas, sobre todo) que se produce los fines de semana, aplaza la publicación de las noticias de índole social al lunes (Egea, Mira y Ripoll, 1995: 71-72).

Otro aspecto que hemos recogido en nuestra investigación es la fuente principal de la noticia que viene a profundizar en la falta de calidad de las informaciones

sobre la tercera edad. En más de un 25% de las publicaciones no se cita la fuente, es decir, en estos casos no se da la oportunidad de contrastar la información publicada, lo que puede hacernos pensar que la información es pobre y/o existe desinterés hacia el tema por parte de quien la emite.

En las informaciones en que se cita la fuente, la mayor parte de las informaciones tienen como fuente u origen alguna agencia (16,8%), (lo que indica una falta de exclusividad en la información), seguidas de las que tienen su origen en políticos (12%) y la administración pública (10,9%), (que son fuentes fiables, pero sesgadas por el interés), en el resto de casos los porcentajes son muy inferiores. Hay que destacar que los mayores son señalados como fuente, tan sólo en un 4,1% de las informaciones y sus asociaciones y los sindicatos sólo en un 2,5 %.

Por otro lado, la firma es una garantía de independencia y por ende de calidad informativa, pero en nuestro caso, el elevado porcentaje de informaciones de agencia (28,7 %), sin firma (17,5 %) y con firma mixta (2,5%) supone casi un 50% de las informaciones lo que revela deficiencias en la calidad de las mismas.

Por último, sólo un 56,3% de las publicaciones tenían algún elemento gráfico, fotografía o video, que nos ha resultado muy sorprendente teniendo en cuenta que analizamos medios digitales.

A la vista de los resultados podemos concluir que la calidad e interés mostrado por los medios de los contenidos publicados sobre la tercera edad se revela escasa, ya que tienen una visión parcial de la realidad de los mayores y de su importancia en la sociedad.

4.2. Actores y circunstancias

En cuanto a los mayores, es muy interesante comprobar si su papel dentro de las informaciones es positivo, es decir si se les representa como actores participativos en cualquier tipo de hechos o en cambio si se les representa como sujetos receptores o inactivos. Para nuestros datos, en un 44,8% de las ocasiones, los mayores aparecen con un carácter evaluativo negativo, es decir inactivos o receptores de los hechos o acontecimientos que se relatan en la información, y en un 40,2% de las ocasiones se les representa como sujetos activos o participativos en las informaciones periodísticas, el 15% restantes el carácter evaluativo es neutro. Esto nos indica, que aunque todavía es mayoritaria la imagen de los mayores carentes de proactividad y que reciben más que lo que dan, se está abriendo paso una imagen de los mayores más activos y participativos.

Si prestamos atención al contexto en el que se desenvuelve la noticia, es decir al carácter evaluativo del acontecimiento, en un 51,4% de las ocasiones se han relatado acontecimientos negativos, en un 44,3% se puede considerar positivos y sólo en un 4,3% de las informaciones se pueden considerar situaciones o acontecimientos neutros. Esto nos indica que, aunque todavía la mayor parte de los acontecimientos relatados tienen un marcado carácter negativo que podría estar contribuyendo a la exclusión del colectivo o a estereotiparlo de forma negativa, coexiste también con una frecuencia muy elevada de publicaciones con un carácter evaluativo positivo hacia las personas mayores.

Teniendo en cuenta estos resultados parece ser que en la imagen de los mayores se está produciendo un cambio de tendencia respecto a lo que tradicionalmente se señala en la literatura. Como hemos observado, las noticias en las que el actor se evalúa como negativo superan en tan sólo cuatro puntos porcentuales a las noticias en las que la persona mayor como actor de la noticia se evalúa como positivo. Algo parecido, se produce cuando analizamos las circunstancias en las que se desenvuelve la noticia. En este caso, los acontecimientos evaluados como negativos superan en tan sólo siete puntos porcentuales a los acontecimientos evaluados como positivos.

4.3. Encuadres noticiosos en las noticias sobre la tercera edad

La distinta cobertura en la prensa de Castilla y León de las publicaciones sobre la tercera edad y el envejecimiento también se refleja en cómo se encuadra la información.

Para ver si nuestros datos reproducían la estructura de cinco encuadres propuesta por las autoras Semetko y Valkenburg en el año 2000, lo que hicimos en primer lugar fue un análisis factorial de carácter exploratorio con rotación ortogonal (Varimax) sobre los 23 ítems que formaban la escala de encuadres noticiosos utilizada en este estudio, que reprodujo la estructura factorial salvo por la emergencia de un sexto factor. En ese sexto factor puntuaban dos ítems pertenecientes en la versión original a los encuadres de responsabilidad y de interés humano respectivamente: “en el relato se sugiere que un individuo (o grupo social) es responsable del tema o problema abordado” y “en el relato se enfatiza cómo los individuos o los grupos están afectados por el tema o el problema abordado”. Por otro lado, el ítem “en el relato se sugiere que alguna institución es responsable del tema o problema abordado” aparece puntuando en el factor de consecuencias económicas. Los tres ítems fueron extraídos de todos los análisis (Ver tabla 3).

Tabla 3: Análisis factorial exploratorio de componentes principales (rotación varimax) de la escala de encuadres noticiosos. Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. a La rotación ha convergido en 6 iteraciones. Fuente: elaboración propia usando el programa SPSS v. 21.

Matriz de componentes rotados(a)

	Componente					
	1	2	3	4	5	6
Concec_eco_3	,916	-,086	,217	,086	,040	,017
Consec_eco_2	,910	-,090	,144	,146	,038	-,010
Consec_eco_4	,896	-,084	,151	,137	,011	-,032
Consec_eco_1	,893	-,072	,257	,092	-,008	,010
Resp_2	,567	-,004	,233	,339	-,106	,092
Int_hum_2	-,162	,845	-,150	-,138	,063	,058
Int_hum_4	-,080	,809	,008	-,263	,034	,167
Int_hum_1	-,086	,806	-,086	,019	,046	,053
Int_hum_5	,017	,784	-,048	,049	,002	,185

Int_hum_6	-,056	,745	,044	-,052	,253	-,019
Atrib_confli_2	,283	-,084	,894	,126	,064	-,056
Atrib_confli_1	,274	-,096	,855	,099	,077	-,027
Atrib_confli_4	,223	,079	,815	,092	-,043	-,130
Atrib_confli_3	,174	-,230	,777	-,078	-,048	,381
Resp_1	,025	-,067	,051	,890	,076	,010
Resp_4	,155	-,126	,008	,869	-,051	-,016
Resp_5	,372	-,072	,094	,770	,101	,129
Resp_6	,485	-,084	,175	,554	-,033	-,119
Atrib_moral_1	-,015	,129	-,031	-,020	,847	,064
Atrib_moral_3	,098	,117	-,034	,167	,844	,142
Atrib_moral_2	-,107	,099	,198	-,095	,503	-,356
Resp_3	-,083	,280	,107	,114	,015	,757
Int_hum_3	,083	,451	-,127	-,153	,169	,592

Una vez extraídos los factores que no puntuaban correctamente (Resp_2, Resp_3, Int_hum_3) repetimos el análisis factorial exploratorio y ahora los resultados fueron altamente satisfactorios por las elevadas puntuaciones de los ítems en cada una de las variables (ver tabla 4).

Tabla 4: Análisis factorial confirmatorio de componentes principales (rotación varimax) de la escala de encuadres noticiosos. Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. a La rotación ha convergido en 6 iteraciones. Fuente: elaboración propia usando el programa SPSS v. 21

Matriz de componentes rotados(a)

	Componente				
	1	2	3	4	5
Consec_eco_2	,912	-,086	,168	,174	,016
Concec_eco_3	,909	-,083	,243	,111	,024
Consec_eco_1	,889	-,066	,283	,119	-,026
Consec_eco_4	,885	-,083	,184	,173	-,017
Int_hum_2	-,149	,851	-,163	-,143	,065
Int_hum_4	-,069	,829	,003	-,261	,034
Int_hum_1	-,083	,812	-,094	,017	,044
Int_hum_5	,016	,796	-,051	,045	,001
Int_hum_6	-,056	,731	,031	-,049	,261
Atrib_confli_2	,245	-,082	,905	,143	,082
Atrib_confli_1	,237	-,094	,867	,114	,095
Atrib_confli_4	,206	,071	,809	,085	-,008
Atrib_confli_3	,153	-,169	,802	-,051	-,059
Resp_1	,000	-,058	,049	,894	,059

Resp_4	,125	-,131	,018	,878	-,074
Resp_5	,347	-,051	,108	,790	,070
Resp_6	,460	-,106	,190	,569	-,045
Atrib_moral_1	,008	,151	-,054	,002	,833
Atrib_moral_3	,125	,149	-,060	,186	,828
Atrib_moral_2	-,101	,003	,155	-,119	,559

Este modelo factorial resulta adecuado con una medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin de 0,840, un valor del estadístico de Barlett de 11746,268 y con una probabilidad de equivocarnos en la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es la matriz identidad de un 0%. Además, el porcentaje de varianza explicado por los cinco factores extraídos es de un 75,018 % muy elevado para este tipo de estudios.

Como conclusión podemos decir que los resultados obtenidos son altamente satisfactorios con este modelo, que reproduce perfectamente la estructura de cinco factores de la propuesta original de Semetko y Valkenburg (2000), aunque como en el caso de Igartua et al (2004: 61) es necesario desechar algunos de los ítems y proponer otros.

Posteriormente, para profundizar en la descripción de los encuadres, se han calculado las puntuaciones en cada tipo de encuadre noticioso adicionándose los ítems que formaban cada dimensión (dividiéndose la cantidad resultante entre el número total de ítems que componían dicho factor), obteniéndose cinco indicadores o encuadres todos ellos con una alta consistencia interna de los ítems que forman cada una de las escalas:

- Atribución de responsabilidad (compuesto por cuatro ítems, alfa de Cronbach de 0,852),
- Interés humano (compuesto por cuatro ítems, alfa de Cronbach de 0,866),
- Atribución de conflicto (compuesto por cuatro ítems, alfa de Cronbach de 0,899);
- Atribución moral (compuesto por tres ítems, alfa de Cronbach de 0,643), y,
- Consecuencias económicas (compuesto por tres ítems, alfa de Cronbach de 0,958).

Con los datos obtenidos, se observa que, a nivel global, en la cobertura de la Tercera edad predomina el encuadre de responsabilidad (M=1,72), seguido del encuadre de interés humano (M=1,62) y del encuadre de consecuencias económicas (M= 1,35) y, a mayor distancia el encuadre de atribución de conflicto (M=1,22) y el encuadre de atribución moral (M=1,11).

En consecuencia, podemos inducir que en el tratamiento informativo de los mayores en la prensa digital de Castilla y León existen los cinco encuadres que descubrieron Semetko y Valkenburg (2000: 100), aunque los más abundantes son los encuadres de responsabilidad, de interés humano y el de consecuencias económica.

5. Conclusiones

1. El envejecimiento de la población y la evolución cuantitativa y cualitativa del colectivo, el incremento de las políticas institucionales que se han desarrollado en los últimos años, y, por último, el perfil de los lectores de los medios, cada vez de mayor edad hace que los diarios que hemos analizado en esta investigación presten cada vez más atención al colectivo de los mayores y lo hagan con noticias con una mayor extensión, aunque todavía son relativamente escasas respecto al peso demográfico de este colectivo en la sociedad Castellano-leonesa. En concreto, el diario digital con los mayores datos de difusión dentro de la prensa de comunidad de Castilla y León, “El Norte de Castilla”, es el medio digital que mayor número de informaciones, relacionadas con las personas mayores publica; y casi la totalidad son noticias con una extensión media, no habiendo grandes diferencias entre los siete días de la semana.

2. El gran número de noticias, por encima de cualquier otro género, hace que los emisores no se detengan en profundizar ni en facilitar la comprensión de los receptores sobre el hecho que se transmite. En la gran mayoría no se citan fuentes y cuando se citan suelen ser noticias de agencias, lo que nos hace suponer que los medios no invierten demasiado tiempo en la elaboración de las mismas. El uso de fotografías y videos es poco frecuente, teniendo en cuenta que estamos ante medios digitales, es destacable, su escasa utilización. Todo lo anterior indica que la relevancia de las personas mayores, como grupo dentro de la población de Castilla y León, no parece corresponderse con la poca relevancia periodística que le muestran los medios digitales de la comunidad.

3. Otra de las partes fundamentales del trabajo, es la aplicación de los encuadres noticiosos genéricos a las informaciones relacionadas con la tercera edad que hasta la fecha nunca había sido estudiada, ni en el ámbito nacional ni tampoco en el internacional, por lo que estamos ante un trabajo novedoso y genuino. A través del estudio, hemos observado que, a nivel global, en la cobertura de la Tercera edad predomina el encuadre de consecuencias económicas, seguido del encuadre de interés humano y el de responsabilidad. La utilización de estos tres encuadres de forma predominante dotan a las informaciones analizadas de unos rasgos que hacen que el receptor se posicione emotivamente, viendo a las personas de mayor edad como personas débiles, con carencias (encuadre de interés humano), que presentan características físicas que les hacen más vulnerables incluso económicamente (encuadre de consecuencias económicas), haciendo necesario que en las informaciones se añada luz sobre las responsabilidades que se deriven y las posibles soluciones a los problemas sobre los que se informa (enfoque de atribución de responsabilidad). Podemos, por tanto, atribuir el predominio de estos encuadres, sobre todo los de atribución de responsabilidad y el de interés humano a ciertos rasgos amarillistas que existen en la prensa digital a la hora de tratar a los ancianos.

Para finalizar, podemos decir que la prensa se encuentra en un periodo de transición, donde aún queda huella de la imagen negativa y muchas veces estereotipada de las personas mayores y el uso político de este colectivo. Detrás de

esto también se podría encontrar la carencia de profesionales especializados en los mayores que aún utilizan clichés negativos, reafirmando el etarismo o marginación del colectivo, cuando es un colectivo altamente heterogéneo que lleva demostrando su potencial para la participación activa en la vida social, política y familiar.

6. Referencias bibliográficas

- Abellán García, Antonio y Ayala García, Alba (2012): "Un perfil de las personas mayores en España, 2012. Indicadores estadísticos básicos", en *Informes Portal Mayores*: <http://ww.imsersomayores.csic.es/documentos/documentos/pm-indicadoresbasicos12.pdf> [Consulta: 1 de junio de 2012].
- Andréu Abela, Jaime (1998): *Los españoles: Opinión sobre sí mismo, España y el Mundo. Análisis Longitudinal Escala de Cantril*. Granada, Universidad de Granada.
- Andréu Abela, Jaime (2001): "Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada", en *Centro de Estudios Andaluces*: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf> [Consulta: 20 diciembre de 2011].
- Atkin, Charles K. (1975): "Mass media and the aging", en Oyer, Herbert J. & Oyer, E. Jane (Eds.): *Aging and communication*. Baltimore, MD: *University Park Press*. pp. 99–119.
- Bardin, Laurence (1986): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- Barthes, Roland (1997): *El grado cero de la escritura*. México, Siglo XXI.
- Berelson, Bernard (1952): *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, Free Press.
- Berrocal Gonzalo, Salomé y Rodríguez-Maribona, Carlos (1998): *Análisis básico de la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos*. Madrid, Editorial Universitas S.A.
- Borrat, Héctor (1989): *El periódico, actor político*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Buchholz, Michael & Bynum, Jack E. (1982): "Newspaper presentation of America's aged: a content analysis of image and role". *The Gerontologist*, nº 22, pp.83-88.
- Butler, Robert N. (1969): "Age-ism: another form of bigotry". *The Gerontologist*, nº 9, pp. 243-246.
- Butler, Robert N. (2002): "Intervención en el Seminario para los medios en Madrid", en *International Longevity Center (ILC)-USA. Aging on the world stage. ILC, 2002, 5-8, 04, 2012*: http://www.ilcusa.org/_lib/pdf/madrid2002.pdf [Consulta: 3 de junio de 2012].
- Gans, Herbert J. (1979): *Deciding what's news. A study of CBS Evening News, Newsweek and Time New York*. New York, Pantheon Books.
- Goerlich, Francisco e IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas) (2013): "Tablas de Mortalidad de España y sus Regiones". Base de datos disponible en Internet: <http://www.ivie.es/bases-de-datos/diferencias-economicas-y-sociales-de-los-territorios/mortalidad/> [Consulta: 1 de enero de 2013]
- Gómez García, Jesús M^a; Peláez Feroso, Francisco J.; y García González, Ana (2007): "Los costes económicos de la evolución de la población anciana dependiente en Castilla y León", *XXI Reunión anual ASEPELT*. Valladolid (España), Junio de 2007.
- Igartua, Juan José y Humanes, María Luisa. (2009): "El método científico aplicado a la investigación en comunicación social", en *Portal de la comunicación. Aula abierta, lecciones básicas*: <http://es.scribd.com/doc/50670815/Metodo-Cientifico-en-comunicacion-social> [Consulta: 2 de agosto de 2013]
- Igartua, Juan José; Humanes, María Luisa; Cheng, Lifen; Muñiz, Carlos; García, Milagros; García, Ana Rita; Gomes, Ángela M^a; Gomes, Derval; Amaral, Nuno; y Canavilhas,

- Joao (2004): "Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre". *Comunicación y Sociedad*, nº 17 (1), pp. 47-76.
- Igartua, Juan José (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch.
- Krippendorff, Klaus (1990): *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona, Paidós Comunicación.
- Lasswell, Harold D. (1948): "The Structure and Function of Communication in Society". en *L. Bryson (ed.): The Communication of Ideas*. New York, Harper.
- Lazarsfeld, Paul F. y Merton, Robert K. (1977): "Los medios de comunicación de masas, el gusto popular y la acción social organizada". En Muraro, Heriberto (comp): *La comunicación de masas*, AAVV: Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.
- Martín Aguado, José Antonio (1991): *Proyecto y diseño de un diario*. Madrid, Ciencia 3.
- Martínez Albertos, José Luis (1974): *Redacción Periodística. Los Estilos y los Géneros en la Prensa Escrita*. Barcelona, A.T.E.
- Martínez Vallvey, Fernando (1996): *Herramientas periodísticas*. Salamanca, Librería Cervantes.
- Neuendorf, Kimberly A. (2002): *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks (CA).
- Núñez Ladevéze, Luis (1991): *Manual para periodismo*. Barcelona, Ariel Comunicación.
- Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000): *Algo más que periodistas*. Sociología de una profesión. Barcelona, Ariel.
- Polo González, María Eugenia (2005). "La prensa y los mayores en Castilla y León". *Revista de Ciencia y orientación familiar*, nº 30, p.p. 73-89.
- Reese, Stephen D.; Gandy, Oscar H. Jr.; & Grant, August E. (Eds., 2001): *Framing public life. Perspective on media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ. Lawrence Erlbaum Associates.
- Sádaba, Teresa (2001): "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre (framing) en comunicación", *Comunicación y Sociedad*, XIV, pp. 143-175.
- Sancho, Francisco (2004): *En el corazón del periódico*. Pamplona, Eunsa.
- Semetko, Holli A. & Valkenburg, Patti M. (2000): "Framing European Politics: a content analysis of press and television news". *Journal of Communication*, L(2), pp. 93-109.
- Van Dijk, Teun (1996): "Opiniones e ideologías en la prensa", en *Voces y Cultura*, Vol. 10, pp. 9-50. Barcelona, Revista de Comunicación.
- Wimmer, Roger D. y Dominick, Joseph. R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Casa Editorial S.A.

Margarita Antón Crespo es profesora Titular de la Universidad de Valladolid donde imparte docencia desde 2003/2017. Impartió antes docencia en la UCM (1988/1989) y en la U. de La Laguna (Tenerife) (1989/2003) donde fue decana en la Facultad de CC. de la Información. Es especialista en Teorías de la Comunicación y de la Información, en Metodologías de investigación en Comunicación y en Ciberperiodismo. Ha participado en proyectos de investigación interuniversitarios I+D+i, siendo directora de algunos de ellos. Es autora de varias publicaciones.

María Yolanda Fernández Ramos es profesora Adjunta de la Universidad Europea Miguel de Cervantes de Valladolid (España) donde imparte docencia desde 2002 dentro del departamento de Ciencias Sociales. Ha sido profesora en las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad en la asignatura de Estadística. Posee varias publicaciones indexadas y es experta en Métodos Cuantitativos de Investigación en Comunicación.