

LA VEJEZ EN LA FICCIÓN AUDIOVISUAL ¿REFLEJO DE LA REALIDAD?

Teresa Martín-García y María Marcos-Ramos*

ABSTRACT

Social and health advances have contributed to transform the way in which old age is lived, making possible a more active and diverse old age. However, these advances do not seem to have been transferred to the media representation of old age, which is barely present in media such as cinema or television and, when older characters are included, they are usually relegated to secondary or background roles. Given the proliferation of new content for live streaming platforms, this paper aims to analyze how old age is being shown in this new media context and what characteristics do the elderly people who are represented have. For this purpose, 38 Spanish production series broadcasted on national platforms and the 749 characters that appear in them have been analyzed to check how these characters are represented, and each of the elderly characters has been studied in depth in a qualitative way.

KEY WORDS: Live streaming platforms, old age, Spanish series, elderly, characters.

RESUMEN

Los avances sociales y sanitarios han contribuido a transformar la forma en que se vive la vejez, posibilitando una ancianidad más activa y diversa. Sin embargo, estos avances no parecen haberse trasladado a la representación mediática de la vejez, que apenas está presente en medios como el cine o la televisión y, cuando se incluyen personajes mayores, suelen estar relegados a papeles secundarios o de tipo *background*. Ante la proliferación de nuevos contenidos para las plataformas de emisión en vivo, este trabajo pretende analizar cómo se está mostrando la vejez en este nuevo contexto mediático y qué características tienen las personas ancianas que se representan. Para ello, se han analizado 38 series de producción española emitidas en plataformas nacionales y a los 749 personajes que en ellas aparecen para comprobar cómo es la representación de estos personajes y se ha estudiado en profundidad cada uno de los personajes ancianos de forma cualitativa.

PALABRAS CLAVE: emisión en vivo, vejez, series españolas, ancianos, personajes.

* Teresa Martín-García es profesora asociada del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca (teresam@usal.es). Sus líneas de investigación se centran en los estereotipos de género y medios de comunicación, en las tendencias de social media marketing, innovación educativa y comunicación corporativa. María Marcos Ramos es profesora contratada doctora del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca (mariamarcos@usal.es). Ha investigado sobre la representación de las minorías en la ficción audiovisual, géneros cinematográficos y la representación de ETA en los medios audiovisuales.

DEMOGRAFÍA REAL

En España, según el INE (2021), la media de edad es de 44,14 años y, si se analiza por grupos de edad, hay un 20,09% de personas que tienen más de 65 años (INE, 2021), un porcentaje bastante elevado, que ha ido subiendo y seguirá subiendo, tal y como afirma Prisciliano Cordero del Castillo, ya que “según las proyecciones demográficas del INE, España para el 2050 será uno de los países más viejos del mundo, con 12.800.000 personas que tendrán más de sesenta y cinco años, el equivalente al 31,2 % de su población total” (163). En el *Informe sobre los mayores en España*, publicado por el CSIC, se indica que este incremento “equivaldría a la aparición cada año en el mapa de España de una nueva ciudad del tamaño de Cádiz, Castellón o Salamanca” (Sancho Castiello 29). Este aumento del porcentaje de población anciana está directamente relacionado con el aumento de la media de la esperanza de vida de la población española.¹ Según el INE, en 1900 la esperanza de vida era de 34,76 años, pero en 1991 aumentó a 73,4 años para los hombres y a 80,5 años para las mujeres, y en el año 2021 la diferencia se ha acentuado aún más, gracias al establecimiento de la sociedad del bienestar y a los avances médicos: las mujeres tienen una esperanza de vida de 85,83 años frente a las 80,27 de los hombres, aunque “viven más tiempo que los hombres, pero pasan más años con peor salud” (Mouzo). Tal y como afirma García este “aumento de la esperanza de vida va unido con el deterioro de la calidad y dignidad humana” (28). En este contexto, “la ancianidad es ahora más importante socio-demográficamente hablando que lo fue en el pasado, pues a los sesenta y cinco años una persona todavía tiene de media un 22% de su vida por vivir” (Cordero del Castillo 164).

A pesar de que hay bastantes estudios que analizan la representación de la sociedad en la ficción audiovisual española, la mayoría de estos no se centran en la ancianidad sino en otros grupos sociales como en la juventud (Crespo; Bermejo; Masanet, Medina y Ferrés; Figueras, Tortajada y Arana; y Mateos-Pérez, entre otros), en las minorías étnicas e inmigración (Galán; Lacalle; Marcos; Biscarrat y Meléndez; Romero-Rodríguez, De Casas y Torres; Marcos, González de Garay y Portillo; Marcos y González de Garay; Marcos-Ramos, González de Garay y Arcila; o el género (Galán; Coronado y Galán; López y Raya; González De Garay, Marcos y Portillo; De Caso, González de Garay y Marcos, entre otros).

A partir de los años 70, especialmente en el ámbito anglosajón, fueron muy numerosos los estudios dedicados a analizar la representación de la sociedad en la ficción televisiva. Estos estudios indicaron, entre otras conclusiones, que los personajes protagonistas y secundarios se encontraban en la franja de edad de 18-50 años y que colectivos como los ancianos aparecían de manera residual (Aronoff; Northcott). Esto se debe a que “la edad y,

¹ Hay otra cuestión que no se debe dejar de analizar y es la controversia sobre dónde establecer la frontera entre madurez y vejez. Normalmente esta se fija en los 65 años, siendo la población mayor aquella que tiene más de 65 años (Eastman y Iyer). Sin embargo, no es un concepto que cuente con consenso, ya que algunos autores proponen dividir este grupo, por no considerarlo homogéneo sino diverso y cambiante, en tres franjas de edad: “young olds, old olds y oldest olds” (Fisher; Atchley y Barusch; Austrian; Lee, Yiwei y Hewitt; Schaie). También hay autores, como Whitford, que amplían este grupo a los adultos que tienen entre 50 y 64 denominándolos “pre-seniors” o prejubilados.



Igorovsyannkov © 2017. Pixabay.

más concretamente, la edad avanzada, constituye en cierto sentido una variable sociodemográfica “incómoda” en cuanto a que el foco de las series televisivas suele ponerse en personajes adultos de relativa juventud” (Mancebo y Ramos 1140). Normalmente los personajes ancianos tienden a representar roles secundarios y cómicos (Kessler, Rakocz y Staudinger).

En este sentido, la tendencia de la ficción en lo respecta a la edad—extensible también al género—es la de reflejar “una sociedad de ‘cultura joven’ y con ello se está infrarrepresentando (Signorelli y Bacue; Signorelli) y, en muchos sentidos, devaluando colectivos como el de las personas mayores (Mancebo y Ramos 1140):

Sin embargo, son pocos los que han analizado la representación de la vejez en televisión frente a otros medios. Aunque escasos, sus conclusiones son, ciertamente, muy necesarias ya que indican que la representación de este colectivo en los medios de comunicación, especialmente en la ficción, no han encontrado correspondencia entre la demografía real y la ficcional ya que este colectivo, el de personas de más de 65 años, está infrarrepresentado como se demuestra, por ejemplo, en el estudio de Smith, Pieper, Choueiti, Tofan, Depauw y Case. Tal y como se afirma en este estudio, en Estados Unidos hay un 19,9% de la población tiene más de 60 años, sin embargo, en la ficción televisiva norteamericana la subrepresentación de estos personajes es de 12 puntos. Otros estudios internacionales confirman esta, preocupante, infrarrepresentación de la vejez en el ámbito mediático (Daalmans y Odnik; Ramírez; Persaud, Grauerholz y Koontz; Hoppe, Tischer, Philippsen y Hartmann). Es cierto que ha habido varias ficciones norteamericanas que han situado a personajes de más de 60 años como protagonistas de sus ficciones como *Grace and Frankie* (Netflix) o *El método Kominsky* (Netflix) aunque no dejan de ser ejemplos anecdóticos, ya que Netflix, la cadena en la que fueron emitidas, apuesta en gran medida por las audiencias juveniles en su producción propia.

José F. Mancebo ha realizado una metainvestigación en la que ha analizado 70 artículos publicados en diferentes bases de datos dedicados a estudiar la representación de este colectivo en publicidad, ficción, programas, noticias, etc. y concluyó que los mayores aparecen en mayor medida en la publicidad frente a otros contenidos. En ese mismo estudio, el autor indica que en “la mayoría de los estudios los mayores de 65 años no aparecen representados ni en el 5% del total de los personajes,² aunque signifiquen mucho

² Esta cifra, curiosamente, coincide con los resultados de un estudio realizado sobre los famosos que aparecen en el programa *Corazón* de TVE: “en el aspecto etario predominaron aquellos personajes con edades comprendidas entre 20 y 39 años (72%), teniendo el segundo escalafón aquellos cuya edad oscila entre 40 y 59 años (22%), compartiendo en conjunto aquellos menores de 20 años y mayores de 60 un 6 % de las apariciones” (Romero-Rodríguez, De Casas Moreno y Torres 37).

más en la población real o la audiencia que está viendo esos mismos programas” (Mancebo 580). Tras analizar la literatura científica centrada en este colectivo, José F. Mancebo concluye que están infrarrepresentados mediáticamente y que su representación es mejor en anuncios publicitarios que en la ficción audiovisual. Por tanto, no solo aparecen poco en series y/o películas, sino que su representación es peor, es decir, más alejada de lo que son en la realidad. Mancebo indica que “el mayor no ha sido (ni, de hecho, es) tratado, ni representado, sea en series de ficción, programas o publicidad, de acuerdo a la realidad social que describimos” (573).



gagnonm1993 © 2017. Pixabay.

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

Los medios de comunicación tienen un importante papel en esta nueva imagen de la vejez, siendo muy importante la elección de los términos e imágenes que se emplean para hablar de la vejez. En una encuesta realizada por Abellán García y Esparza Catalán se preguntó sobre la percepción que de este colectivo se muestra en la televisión y, aunque el 44,3% dice que se les trata bien, indican que “los aspectos negativos tienen un elevado peso: están ausentes, su visibilidad es escasa en este medio de comunicación (26,9%), algunos creen que se les ridiculiza (10,8) o se les ve como generadores de gastos y problemas (6,5%)” (4). Ante esta imagen, diferentes asociaciones como la Sociedad Española de Geriátría y Gerontología (S.E.G.G.) o la Confederación Española de Mayores Activos (C.E.O.M.A.), están reivindicando una imagen de la vejez más objetiva y acorde con la realidad y la diversidad de las personas mayores. En este sentido conviene recordar que los ancianos no son un colectivo uniforme, sino que es diverso con situaciones y coyunturas diferentes y, por tanto, no debería ser retratado como si fuera un colectivo con una única realidad ya que, como se recoge en el informe, *Los mitos y estereotipos asociados a la vejez*, “cada persona envejece de una manera; no todos envejecemos a la misma velocidad, ni somos física ni mentalmente iguales, ni nos afectan de la misma manera las circunstancias que nos rodean; compartimos un ciclo vital [...] pero también con unas características intraindividuales que nos hacen vivir la vejez de un modo diferente” (Portal Mayores 46). En un seminario organizado por el IMSERSO y la Universidad Menéndez Pelayo en Santander en 2005 en el que participaron personas mayores y periodistas se aprobó la adopción de una serie de propuestas de cara a ofrecer una imagen de las personas mayores más veraz y diversa:

- Mostrar el envejecimiento como una etapa más de la vida, rescatando los valores que encarnan las personas mayores como la serenidad, la experiencia,

el respeto, la independencia o la memoria (han sido testigos de acontecimientos ocurridos en el pasado).

-Incluir a las personas mayores como parte de la población en plano de igualdad con los demás colectivos, en todo tipo de información.

-Evitar el lenguaje peyorativo, paternalista y discriminatorio, que contribuye a reforzar los estereotipos sociales sobre las personas mayores. Propiciar desde los medios el tratamiento de los temas con una perspectiva intergeneracional.

-Dar voz a los mayores como ciudadanos independientes y protagonistas de sus propias vidas.

-Acabar con su invisibilidad recurriendo a ellos como fuente informativa. (Portal Mayores 51)

CONCLUSIONES

A pesar de que hay algunos acuerdos por incluir personajes diversos y una mejor representación de estos, sin recurrir a los estereotipos o una uniformidad en la mirada, el colectivo de personas mayores sigue estando infrarrepresentado en los medios de comunicación, especialmente en los contenidos audiovisuales. A esta infrarrepresentación se une una caracterización simple, que hace que los personajes acostumbren a ser un mero adorno, una forma de “dar color” a las tramas. En una investigación realizada a 469 personajes que aparecen en 30 películas españolas estrenadas en 2018 y 2019 se comprobó que la representación de personajes mayores de 65 años es escasa y no representativa de la sociedad española y en la que hay una mayor presencia de ancianos hombres que de mujeres (Martín, Marcos y González de Garay). Esta infrarrepresentación choca con el peso demográfico que tiene esa franja de edad, especialmente en países como España, y con la importancia que ha adquirido la audiencia de estas edades, puesto que las personas mayores de 65 años, que ya eran consumidores habituales de televisión generalista se han convertido en el grupo de edad que más contenidos consume en plataformas como Netflix y HBO en España, con una media de consumo de 6 horas y 35 minutos, según datos ofrecidos por Barlovento Comunicación. Además de ser esenciales en términos de consumo, no puede obviarse que las personas mayores no forman un grupo homogéneo, sino que responden con más frecuencia a nuevas realidades y fórmulas de vivir la vejez. La mejora de las condiciones vitales y el aumento de esperanza de vida han contribuido a vivir la ancianidad de una forma más activa y diversa. Sin embargo, el retrato que se ofrece de estos personajes en las series televisivas parece ser aún muy limitado y estereotípico.

En este sentido, estudios como el de Marina García recuerdan la importancia de visibilizar la diversidad sexual en la vejez para evitar estereotipos, pues dificultan algunos aspectos de esta etapa de la vida a una generación que ya tuvo que luchar duramente en su juventud para reivindicar su condición sexual y que, en la ancianidad, reviven ciertos prejuicios en espacios como las residencias de



Oleksander Pidvalnyi © 2021.

ancianos o el propio entorno familiar. En muchos casos, las dificultades enfrentadas por estas generaciones han supuesto una vuelta al armario, como se recoge en el hacer ficción, que deforma u obvia, consciente o inconscientemente, y por motivos exógenos o endógenos a la industria, toda verosimilitud de las tramas o su fiel reflejo a la sociedad de cada momento, en detrimento de la representación de los mayores o las mujeres, por ejemplo” (Mancebo y Ramos 1140). Sin embargo, como demuestran los datos demográficos indicados, la ancianidad es un colectivo relevante y con un elevado peso demográfico que debería ser tenido en cuenta en la representación ficcional. Ficciones como *Grace and Frankie* (Netflix) o *El método Kominsky* (Netflix) no deberían ser anecdóticas, sino que deberían ser una tónica dominante y más teniendo en cuenta que son, como reflejan los datos de consumo audiovisual, potenciales espectadores de estas ficciones televisivas.

Obras citadas

- Abellán García, Antonio y Cecilia Esparza Catalán. *Percepción de los españoles sobre distintos aspectos relacionados con los mayores y el envejecimiento*. Madrid: Imsero /CSIC, 2009.
- Aronoff, Craig. “Old Age in Prime-time.” *Journal of Communication* 24 (1974): 86-87.
- Atchley, Robert y Amanda Smith Barusch. *Social Forces and Aging: An Introduction to Social Gerontology*. Belmont: Wadsworth/Thomson Learning, 2004.
- Austrian, Sonia. *Developmental Theories through the Life Cycle*. New York: Columbia UP, 2008.
- Barlovento Comunicación. *Análisis Televisivo Anual 2019, 2020*. 1 Mar 2020. URL. <<https://barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/analisis-televisivo-2020/>>.
- Bermejo, Jesús. “Los personajes y las series de ficción en la vida de los y las jóvenes.” *Revista de Estudios de Juventud* 96 (2012): 31-49.
- Biscarrat, Laetitia y Natalia Meléndez. “De la exclusión a la heteronomía: inmigrantes en la ficción televisiva Aída.” *Icono 14* 12.1 (2014): 319-346.
- Cordero del Castillo, Prisciliano. “Situación social de las personas mayores en España.” *Humanismo y trabajo social* 5 (2006): 161-195.
- Coronado, Carlota y Elena Galán. “¿Tontas y locas? Género y movimientos sociales en la ficción televisiva sobre la transición española.” *Historia y Comunicación Social* 20.2 (2015): 327-343.
- Crespo, Margarita. “Mensajes y modelos televisivos para los adolescentes: estudio base para un análisis sistemático del contenido sexual de las series de televisión.” *Doxa Comunicación* 3 (2005): 187-214.
- Daalmans, Serena y Mariette Odink. “Stereotyped but Liked? A Content Analysis of the Presence and Stereotypical Portrayal of Minority Groups in Award-Winning Commercials.” *Communication Research Report* (2019): 231-241.

- De Caso, Elisa, Beatriz González de Garay y María Marcos. “Representación de género en las series generalistas de televisión españolas emitidas en prime time (2017-2018).” *El Profesional de la Información* 29.2 (2020): 339-360.
- Eastman, Jacqueline y Rajesh Iyer. “The Elderly’s Uses and Attitudes Towards the Internet.” *Journal of Consumer Marketing* 21.3 (2004): 208-220.
- Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans y Bisexuales. *Informe 2019: mayores LGTBI, historia, lucha y memoria*. 1 Mar 2020. URL.
- Figueras, Mónica, Iolanda Tortajada y Nùria Araùna. “La erótica del malote: lecturas adolescentes de las series televisivas: atracción, deseo y relaciones sexuales afectivas.” *Revista de Estudios de Juventud* 106 (2014): 49-62.
- Fisher, James. “Framework for Describing Developmental Change Among Older Adults.” *Adult Education Quarterly* 43.2 (1993): 76-89.
- Galán, Helena. “Construcción de género y ficción televisiva en España.” *Comunicar* 28 (2006): 229-236.
- “La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España: propuesta para un análisis de contenido. *El Comisario y Hospital Central*.” *Revista Latina de Comunicación Social* 61 (2006). 1 Mar 2023. URL. <<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1323>>.
- García, Marina. “Mayores y diversidad sexual: entre la visibilidad y el derecho a la indiferencia.” *Revista Prisma Social* 21 (2018): 123-148. 1 Mar 2023. URL. <<https://revistaprismasocial.es/article/view/2460>>.
- González de Garay, Beatriz, María Marcos y Carla Portillo. “Gender Representation in Spanish Prime-time TV Series.” *Feminist Media Studies* 20.3 (2019): 414-433.
- Hoppe, Theresa, Ulrike Tischer, Christine Philippsen e Ilse Hartmann-Tews. “Presentation of Age(ing) and Elderly People in TV Commercials.” *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie* 49.4 (2016): 317-326.
- Kessler, Eva, Katrin Rakoczy y Ursula Staudinger. “The Portrayal of Older People in Prime-time Television Series: The Match with Gerontological Evidence.” *Ageing and Society* (2004): 531-552.
- INE. *Revisión del padrón municipal 2019: población por edad (año a año) y sexo*. Madrid: INE, 2022.
- Lacalle, Charo. *El discurso televisivo sobre la inmigración: ficción y construcción de identidad*. Barcelona: Omega, 2008.
- Lee, Bob, Yiwei Chen y Lynne Hewitt. “Age Differences in Constraints Encountered by Seniors in Their Use of Computers and the Internet.” *Computers in Human Behavior* 27.3 (2011): 1231-1237.
- López, Francisco e Irene Raya. “Fernández-Valdés, y la producción femenina de series de televisión en España: las chicas del cable como caso de estudio.” *Feminist Media Studies* 19.3 (2019): 1-15.
- Mancebo, José F. “Mayores, publicidad y medios de comunicación: una revisión teórica.” *Historia y Comunicación Social* 9 (2014): 573-588.

- Mancebo, José F. e Irene Ramos. “Las personas mayores en la ficción televisiva: el caso de *Hospital Central*.” *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales* (2015): 1138-1149.
- Marcos-Ramos, María. *La imagen de los inmigrantes en la ficción televisiva de “prime time”: análisis y recomendaciones para los profesionales*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2014.
- Marcos-Ramos, María y Beatriz González de Garay. “La caracterización psicosocial de los inmigrantes en las series de televisión españolas de “prime time” (2016-2017).” *Communication and Society* 32.4 (2019): 1-15.
- Marcos-Ramos, María, Beatriz González de Garay y Carlos Arcila Calderón. “Grupos minoritarios en la ficción televisiva española: análisis de contenido y percepciones ciudadanas para la creación de un índice de diversidad.” *Cuadernos.Info* 46 (2020): 307-341. <<https://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/22767>>.
- Marcos-Ramos, María, Beatriz González de Garay y Carla Portillo. “La representación de la inmigración en la ficción serial española contemporánea de “prime time”.” *Revista Latina de Comunicación Social* 74 (2019): 285-307. URL. <<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/281>>.
- Martín, Teresa, María Marcos-Ramos y Beatriz González de Garay. “Representación de la vejez en el cine español: un estudio de personajes mayores de 65 años en películas contemporáneas.” *Razón y Palabra* 26.113 (2022): 357-372.
- Masanet, María José, Pilar Medina y Joan Ferrés. “Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes: estudios de caso de *Los protegidos* y *Física o Química*.” *Comunicación* 10 (2012): 1537-1548.
- Mateos-Pérez, Javier. “Modelos de renovación en las series de televisión juveniles de producción española: estudio de caso de *Merlí* (TV3, 2015) y *Skam España* (Movistar, 2018).” *Doxa Comunicación* 32 (2021): 143-157.
- Miller, Darryl, Teresita Leyell y Juliann Mazachek. “Stereotypes of the Elderly in US Television Commercials from the 1950s to the 1990s.” *International Journal of Aging & Human Development* 58.4 (2004): 315-340.
- Mouzo, Jessica. “Las mujeres viven más pero pasan 20 años con mala salud.” *El País* (6 Marzo 2020). 2 Mar 2023. URL. <<https://elpais.com/espana/catalunya/2020-03-06/las-mujeres-viven-mas-pero-pasan-20-anos-con-mala-salud.html>>.
- Northcott, Herbert. “Too Young, Too Old Age in the World of TV.” *The Gerontologist* 15 (1975): 184-186.
- Persaud, Subriena, Liz Grauerhol y Amanda Koontz. “Gendered Representations and Portrayals in Technology Advertisements: Exploring Variations by Age.” *Race and Ethnicity* 35 (2017): 137-152.
- Portal Mayores. *Los mitos y estereotipos asociados a la vejez*. Portal Mayores, 2015. URL. <<https://www.yumpu.com/es/document/view/42303475/informe-los-mitos-y-estereotipos-asociados-a-la-vejez-imsero>>.
- Ramírez, Miriam. “Mujer, edad e invisibilidad en los anuncios televisivos en Puerto Rico.” *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación* 145 (2020): 89-106.

- Ramos, Irene y M. Carmen Carretón. "Presencia y representación de las personas mayores en publicidad televisiva." *Revista Española de Geriátría y Gerontología* (2012): 55-61.
- Romero-Rodríguez, Luis M., Patricia De Casas y Ángel Torres. "Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa *Corazón* de TVE." *Alteridad* 10.1 (2015): 31-43.
- Sancho Castiello, Mayte, ed. *Las personas mayores en España Informe 2002: datos estadísticos estatales. Subdirección General de Planificación, Ordenación y Evaluación*. Madrid: Imserso, 2003. <http://envejecimiento.csic.es/documentos/estadisticas/informe-mayores/2002/inf2002pdf/vol1/informe2002.pdf>
- Schaie, K. Warner. *Developmental Influences on Adult Intelligence: The Seattle Longitudinal Study*. Oxford: Oxford UP, 2012.
- Signorelli, Nancy. "Aging on Television: Messages Relating to Gender, Race and Occupation in Prime Time." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 48 (2014): 279-301.
- Signorelli, Nancy y Aaron Bacue. "Recognition and Respect: A Content Analysis of Primetime Television Characters Across Three Decades." *Sex Roles* 40 (1999): 527-544.
- Smith, Stacy. L., Katherine Pieper, Marc Choueiti, Artur Tofan, Anne Marie Depauw y Ariana Case. *Seniors on the Small Screen: Aging in Popular Television Content*. Media, Diversity, & Social Change Initiative, 2017. 1 Mar 2020. URL. <https://assets.uscannenberg.org/docs/Seniors_on_the_Small_Screen-Dr_Stacy_L_Smith_9-12-17.pdf>.
- Umphey, Don y Tom Robinson. "Negative Stereotypes Underlying Other-person Perceptions of the Elderly." *Educational Gerontology* (2007) 309-326.
- Whitford, Michelle. "Market in Motion." *Hotel and Motel Management* 213.7 (1998): 41-43.