



Sentidos del lenguaje sobre los desempleados mayores en la prensa digital

Diana Amber¹; Jesús Domingo²

Recibido: 22 de noviembre de 2017 / Aceptado: 26 de abril de 2018

Resumen. El desempleo es un fenómeno social que afecta a la sociedad española, ensañándose con determinados perfiles que lo sufren con mayor intensidad, tal es el caso de las personas mayores de 45 años en desempleo. La prensa digital relata su problemática en diferentes términos, de los que emergen controversias sociales integradas en sus discursos. Este trabajo esclarece la visión mediática del desempleo en los mayores de 45 años desde los usos del lenguaje empleados por la prensa. Mediante el análisis del discurso de los principales diarios españoles, se desentrañan los sentidos del lenguaje que la prensa usa para referirse a los mayores en desempleo. Del análisis se derivan doce perspectivas que desvelan las visiones sobre los desempleados mayores. En conclusión, el discurso de la prensa ofrece principalmente visiones centradas en la vulnerabilidad y muestra una imagen de la formación para mayores asociada a la compensación de carencias formativas.

Palabras clave: Desempleo; discurso; prensa; opinión pública.

[en] Senses of the language about older unemployed in the digital press

Abstract. Unemployment is a social phenomenon who affects the Spanish society, being merciless with certain profiles who intensely suffer from it. This is the case of the unemployed older than 45. Digital press describes their problems in different terms, from which social controversies integrated on their speeches emerge. This essay clarify the media view of unemployment of people older than 45 from the point of view of the uses of language used by the press. Through discourse analysis of the main Spanish newspapers, it is figured out the senses of the language used by the press to refer to older unemployed. From this analysis twelve perspectives are derived, which uncover the views about older unemployed. It is concluded that the discourse of the press mainly offers views highly focused on the vulnerability and shows a picture of the training for older people related to the compensation of training scarcities.

Keywords: Unemployment; speeches; press; public opinion.

Sumario. 1. Introducción. 2. Material y métodos; 2.1. Población y muestra de estudio; 2.2. Proceso de recogida de datos y de codificación de la información; 2.3. Procedimiento de análisis. 3. Resultados; 3.1. Perfil general de las noticias analizadas; 3.2. Doce sentidos del lenguaje emergentes

¹ Universidad de Jaén (España)
E-mail: damber@ujaen.es

² Universidad de Granada (España)
E-mail: jdomingo@ugr.es

del texto; 3.3. Relación de los sentidos del lenguaje con los temas de las noticias. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Amber, Diana y Domingo, Jesús (2018): "Sentidos del lenguaje sobre los desempleados mayores en la prensa digital". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (2), 1007-1021.

1. Introducción

Los medios de comunicación a través de sus discursos construyen la realidad social (Berger & Luckmann, 1967; Searle, 1995). Indican los temas a los que se debe conceder especial atención (McCombs, 1997), lo que los convierte en un reflejo de la opinión pública. La imposibilidad de acceso a toda la realidad de forma directa por parte de la audiencia, otorga a los medios un rol de mediación entre la población y los sucesos (Anderson & Meyer, 1988). De este modo, siguiendo a Tuchman (1978) las noticias que ofrecen los medios son como una “ventana” a través de la cual la audiencia puede acceder a la información sobre la realidad social. Sin embargo, poniendo en cuestión la objetividad de las noticias, Tuchman afirma metafóricamente que:

La vista desde una ventana varía en función de si es grande, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio. La escena también depende de dónde se ubica uno, lejos o cerca, forzando el cuello o mirando sin esfuerzo hacia delante. (Tuchman 1978: 1)

Esta aportación nos lleva a adentrarnos en la “teoría del framing”, siendo conscientes de que no se puede hablar de una definición consensuada de esta teoría, pues los distintos autores hacen usos muy diversos del término. No obstante, este estudio comparte los principios fundamentales de la misma, que niega los postulados del objetivismo y asegura que el periodista en la narración de las noticias encuadra la realidad y aporta su punto de vista (Sádaba, 2001).

Desde este enfoque, “las noticias no son un reflejo de la realidad sino una representación de la misma” (Giménez, 2006: 55). Al tratarse de una representación (y por tanto tener carácter subjetivo), las noticias pueden mostrar perspectivas diferentes sobre una misma realidad. Las variaciones de la realidad representada pueden ser tan diferentes en función del lenguaje utilizado, el posicionamiento de la noticia, etc., que, citando a Sádaba (2002: 159), “en casos extremos, no se puede identificar el mismo acontecimiento bajo dos rúbricas que, en principio, tratan el mismo tema”. Siguiendo estos planteamientos, este trabajo centra su atención en la identificación de las percepciones que ofrece la prensa sobre los mayores de 45 años en desempleo.

En los últimos años, el colectivo de desempleados mayores de 45 años ha crecido exponencialmente. Según los datos del primer trimestre de 2015 de la Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2015), el desempleo afecta a 5.444.600 españoles, de los cuales, el 33,83% tiene entre 45 y 64 años. Considerando el empleo como “un importante motor de crecimiento económico” (Nayyar, 2014), estas altas cifras de desempleo delatan la preocupante

situación que sufren estas personas, cuya problemática es ensordecida social y mediáticamente de forma manifiesta (Amber & Domingo, 2015; 2016).

Las consecuencias del desempleo en esta franja de edad se acentúan especialmente, teniendo derivaciones que rebasan lo económico (Del Pozo, Ruiz, Pardo, y San Martín, 2002; Izquierdo, 2012). La falta de empleo genera frecuentemente un “sentimiento de insuficiencia” (Dubar, 2002) en las personas, que ven cómo su identidad profesional se desmorona. Sin embargo, las respuestas y alternativas ante la problemática varían en cada persona en función de sus trayectorias personales, profesionales, etc. y del contexto en el que se encuentre.

Esta realidad, tan lejana y olvidada para algunos, es en parte rescatada por la prensa, que presenta la situación desde diversos enfoques. La simple presencia o ausencia de ciertas palabras o expresiones en los discursos son indicadores de distintos tipos de perspectivas o encuadres (Entman, 1993; Tankard, 2001). Las perspectivas o encuadres mostrados por los medios a través del lenguaje afectan en las actitudes y comportamiento de la audiencia (Chong & Druckman, 2007). Aunque es clara la influencia que los medios ejercen en la audiencia, el receptor de la información también juega un importante rol en la interpretación de la misma. El mensaje y sus connotaciones implícitas alcanzan a la audiencia de un modo distinto en función de sus experiencias particulares y contexto (Goffman, 1974; Graber, 1988).

Partiendo de estas premisas teóricas, el principal objetivo de este estudio es desentrañar los sentidos del texto. Así como comprender qué visión está dando la prensa de los desempleados mayores de 45 años; pues ésta cala en sus lectores y construye la realidad social. La principal aportación de esta investigación es determinar el tratamiento dado por la prensa española al fenómeno del desempleo en los mayores de 45 años y su relación mediática con la formación. Se parte de que la imagen que los medios ofrezcan de estas personas influirá en su reconocimiento social y, por tanto, en sus posibilidades de inserción laboral. Se pretende a su vez contribuir a su mayor visibilidad social, dando luz a su problemática, en apoyo a las personas que se enfrentan diariamente a esta realidad.

2. Material y métodos

Con intención de alcanzar a la comprensión del discurso de la prensa sobre la situación de los mayores de 45 años en desempleo, la metodología que aborda este trabajo sigue un planteamiento mixto QUAL + quan (Johnson & Onwuegbuzie, 2004), pues pone el énfasis en lo cualitativo, siendo el enfoque más pertinente para comprender una realidad compleja.

Como método principal se usa el análisis del discurso (Van Dijk, 2008, 2009), partiendo de lo discursivo como clave para la comprensión de la realidad (Garretón, 2007) y siendo conscientes del alto componente inferencial de la comunicación humana (Sperber & Wilson, 1994).

2.1. Población y muestra de estudio

La población de la que parte este estudio son los diarios de pago y de información general, que se publican diariamente y se distribuyen en España. Partiendo de esta población, los periódicos fueron elegidos por su alta difusión y relevancia a nivel estatal y comunitario, y por disponer tanto de edición impresa como digital, lo que facilita el acceso a un mayor número de lectores. A fin de garantizar la pertinencia de los diarios elegidos como muestra, se seleccionaron todos aquellos que superaron dos criterios:

- Promedio de difusión superior a 80.000 ejemplares diarios según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Se entiende la difusión como la “cifra total de ejemplares adquiridos a través de los distintos canales de venta o enviados a receptores identificables” (OJD, 2008: 3)
- Número de lectores diarios superior a 250 según el Estudio General de Medios (EGM) de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

La Tabla 1 muestra los siete periódicos elegidos y sus cifras en cuanto al promedio de difusión y a los lectores diarios.

Tabla 1. Muestra de estudio. Elaboración propia.

Periódicos	Promedio de Difusión (ejemplares diarios)	Lectores diarios
<i>El País</i>	276.883	1612
<i>El Mundo</i>	156.172	1006
<i>La Vanguardia</i>	145.873	677
<i>ABC</i>	134.553	498
<i>El Periódico</i>	96.162	540
<i>La Razón</i>	83.774	270
<i>El Correo</i>	80.143	410
TOTAL	973.560	5013

La alta difusión de los periódicos seleccionados para su estudio garantiza la representatividad de la muestra. Como se expone en la Tabla 2, según los diarios controlados por la OJD (2015), se difunden un promedio de 1.899.505 ejemplares de periódicos de pago en España al día. Atendiendo a esta cifra y considerando que 973.560 es el sumatorio del promedio de ejemplares diarios publicados por los periódicos seleccionados para este estudio, se afirma que la muestra alcanza el 51,25% de la población total en cuanto al número de ejemplares difundidos.

En cuanto al número de lectores diarios de periódicos de información general, la muestra de este estudio abarca un 49,41% del total, como se indica en la Tabla 2, a partir de los datos del EGM de la AIMC (2015).

Tabla 2. Representatividad de la muestra. Elaboración propia.

	Promedio de difusión (ejemplares diarios) (OJD)	Lectores diarios (AIMC)
Población	1.899.505	10.146
Muestra	973.560	5.013
% Población que forma parte de la muestra	51,25%	49,41%

El estudio se limitó a las noticias publicadas en los siete diarios durante todo el año 2014. Abarcar un largo periodo de tiempo, evitó que las variables estacionales influyeran en el estudio (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010). Fueron revisadas las noticias publicadas en este año por los siete diarios en sus ediciones digitales, seleccionando todas aquellas que trataran la “unidad de contenido” (Saperas, 1987) de este estudio, siendo esta el desempleo en mayores de 45 años.

Se eligieron las ediciones digitales para el análisis por su gran aceptación y su creciente expansión entre los usuarios como medio de información. Según un estudio del “Center for Internet Studies and Digital Life” (2014: 7), la forma más extendida de acceso a la actualidad informativa entre los usuarios españoles es “acceder directamente al sitio web o a la aplicación de un medio” y asegura que el 46% de los encuestados se informa de este modo. Esta misma fuente afirma que las webs de los periódicos son referentes informativos para los usuarios españoles. Asimismo, el acceso a la información de forma instantánea (Castellanos, 2011) y en cualquier momento o lugar que posibilitan las ediciones digitales y su particularidad acumulativa, en lugar de sustitutiva (Álvarez, 2003) permite el acceso a la información durante un espacio de tiempo muy superior a las ediciones impresas, cuya disponibilidad se limita al día de su publicación. La elección de las ediciones digitales para este estudio queda justificada en este sentido por su mayor probabilidad de ser leídas y por tanto de influir en la opinión pública.

2.2. Proceso de recogida de datos y de codificación de la información

Una vez acotada la muestra se realizó un análisis documental de las noticias publicadas por estos diarios durante el año 2014, seleccionando todas aquellas noticias que abordaran la unidad de contenido. Las noticias fueron localizadas con ayuda de los buscadores de las ediciones digitales de los diarios estudiados, que permitieron recuperar las que incluyen en su texto las palabras “mayores de 45 años”.

Esta primera fase de compilación de datos de estudio está condicionada por el sistema de recuperación de datos, acceso a la información y herramientas de filtrado de los buscadores de los periódicos estudiados. Partiendo de esta primera búsqueda, se realizó una revisión de las noticias halladas y una selección únicamente de aquellas que trataban el empleo o desempleo de los mayores de 45 años. Con este segundo filtro se seleccionaron 628 noticias. Tras una lectura pormenorizada de las noticias seleccionadas se percibió que, aunque todas ellas mencionaban la situación, la mayoría no abordaba la problemática de forma específica, sólo hacía alusión a ella de forma fugaz y centraba su discurso en otras

cuestiones. Con intención de acceder al discurso específico sobre el desempleo de los mayores de 45 años, a la información recabada se le aplicó un tercer filtro, seleccionando únicamente las noticias cuyo discurso se centrara en la unidad de contenido. Este último filtro fue superado por 115 noticias. Las noticias seleccionadas finalmente fueron sometidas a un proceso de codificación para facilitar el análisis en profundidad de su discurso, con ayuda del software específico de análisis cualitativo NVivo.

Las noticias se codificaron atendiendo a uno de sus atributos (propiedad objetiva de la noticia) y a dos categorías creadas a partir de los datos de estudio de forma inductiva a través de una inmersión cualitativa en su contenido (Neuendorf, 2002).

Las variables utilizadas en el análisis para este estudio son:

- Periódico en el que se publica la noticia, entre los siete analizados.
- Tema: línea temática principal o significado global (Van Dijk, 2003) de la noticia.

Se distinguen cinco valores que emergen del texto: Política, sus perspectivas y análisis; Economía; Sociedad, opiniones, movimientos sociales; Estudios estadísticos y Formación.

- Sentido del lenguaje: codifica fragmentos de texto que hacen alusión a las diferentes perspectivas y visiones ofrecidas sobre los desempleados mayores de 45 años por la prensa. Identifica los sentidos del lenguaje empleado para referirse a las personas mayores de 45 años en situación de desempleo. Estas categorías han sido definidas de forma inductiva a partir del texto analizado. Este abordaje requiere de una mirada abierta, con vagas preconcepciones, ya que los encuadres surgen en el momento del análisis (Aruguete, 2011; Semetko & Valkenburg, 2000). Se utiliza del análisis del discurso (Van Dijk, 2008) de la unidad de contenido, atendiendo principalmente a los comentarios interpretativos incluidos en el texto (Aruguete, 2011) y a la presencia o ausencia de determinadas palabras clave, estereotipos, etc. (Entman, 1993). Desde esta óptica se han encontrado doce sentidos en los que la prensa habla de los desempleados mayores de 45 años.

2.3. Procedimiento de análisis

Tras la codificación y categorización de las noticias y fragmentos de texto relevantes para el estudio con ayuda del programa de análisis cualitativo NVivo, se realizaron análisis diferenciados con el apoyo de las herramientas de análisis de NVivo y del software Microsoft Excel, como hoja de cálculo. Estos análisis facilitan la profundización en los sentidos que impregnan el discurso de la prensa sobre los desempleados mayores de 45 años. Con esta intención y a través de las variables definidas con anterioridad se han realizado los siguientes análisis de la información:

- Identificación del perfil general de las noticias: este análisis expone las noticias que componen la muestra de estudio en función de su temática principal y del periódico que las publica. Se trata de una caracterización inicial de la muestra.

- Definición de los doce sentidos del lenguaje emergentes del texto: en segundo término, se muestran los doce sentidos del lenguaje en los que la prensa se refiere a los desempleados mayores de 45 años, sumergiéndonos en el contenido y la esencia del discurso, sus perspectivas y enfoques específicos.
- Relación de los sentidos del lenguaje con los temas de las noticias: análisis que relaciona sentidos del lenguaje con las diferentes temáticas, ahondando en los matices que cada tema aporta en la visión de los mayores de 45 años en desempleo.

3. Resultados

3.1. Perfil general de las noticias analizadas

La Tabla 3 muestra el perfil temático y *El Periódico* al que pertenecen las 115 noticias analizadas. Una primera lectura general indica que *La Vanguardia*, con 58 noticias, representa aproximadamente el 50% del total de noticias específicas sobre el tema que ofrecen las ediciones digitales de los diarios analizados. Seguidamente, *ABC* y *El Mundo* facilitan el 16,5% y el 10,4% respectivamente de los datos de análisis. La suma de las noticias ofrecidas por los cuatro periódicos restantes no alcanza al 23% del total, mostrando en todos los casos porcentajes individuales inferiores al 10%.

Tabla 3. Valor absoluto (VA) y porcentaje de noticias por temas respecto al total de cada periódico. Elaboración propia.

Diarios	Política		Sociedad		Economía		Formación		Estudios		TOTAL	
	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
<i>El Mundo</i>	2	16,7	5	41,7	2	16,7	0	0,00	3	25	12	10,4
<i>El País</i>	2	25	2	25	0	0,00	0	0,00	4	50	8	7
<i>La Vanguardia</i>	22	37,9	13	22,4	8	13,8	2	3,5	13	22,4	58	50,4
<i>ABC</i>	3	15,8	0	0	5	26,3	4	21,1	7	36,8	19	16,5
<i>El Correo</i>	1	50	1	50	0	0	0	0	0	0,00	2	1,7
<i>El Periódico</i>	6	54,6	1	9,1	1	9,1	1	9,1	2	18,2	11	9,6
<i>La Razón</i>	1	20	1	20	1	20	1	20	1	20	5	4,4
TOTAL	37	32,2	23	20	17	14,8	8	7	30	26,1	115	100

La lectura de la Tabla 3 en función de la temática pone de manifiesto que los temas que engloban con mayor frecuencia las noticias sobre el desempleo de los mayores de 45 años son “Política” (32,2%) y “Estudios” (26,1%). Cabe destacar cómo la temática “Formación”, que podría considerarse una de las respuestas tradicionales al desempleo, es el tema en el que menor presencia mediática tiene el desempleo de los mayores. En esta línea temática destaca que *El Periódico* que da mayor énfasis a la formación en sus noticias sobre la unidad de contenido es *ABC*, dedicando a ello 4 noticias, la mayor cifra en valor absoluto respecto al resto de diarios.

3.2. Doce sentidos del lenguaje emergentes del texto

Las noticias analizadas revelan diferentes formas de referirse a los desempleados mayores de 45 años que declaran los sentidos del lenguaje y los diferentes enfoques y perspectivas que la prensa ofrece a sus lectores sobre estas personas. La Tabla 4 muestra los sentidos hallados, expresando el número de referencias y su porcentaje respecto al total.

Tabla 4. Sentidos del lenguaje sobre desempleados mayores de 45 años emergentes del texto. Elaboración propia.

Sentidos	Referencias	%
Vulnerables, pobres y excluidos	71	19,4
Víctimas de la situación	56	15,3
Con cargas familiares	38	10,4
Limitados por la edad	29	7,9
Invisibles	27	7,4
Profesionales estancados	25	6,8
Profesionales maduros y con experiencia	24	6,6
Reivindicativos	23	6,3
Prioritarios	22	6
Desanimados, desesperanzados	18	4,9
Rechazados por las empresas	17	4,6
Con problemas emocionales	16	4,4
TOTAL	366	100

El mayor número de referencias que aparecen en la prensa (casi un 20% del total) presenta a los desempleados mayores de 45 años como personas vulnerables, pobres y excluidas. Las palabras “exclusión”, “riesgo” y “pobreza” tiñen los discursos que integran este sentido del lenguaje. Destacan el lado más cruel de su situación, tendiendo al sensacionalismo. Esta intensa dramatización y énfasis en la precariedad queda patente en fragmentos como: “A esto se suma el drama de los 20.000 hogares murcianos en los que no entra ningún ingreso, ni prestación, ni subsidio, ni siquiera pensión, lo que condena a todos sus miembros a la pobreza y la desesperación” (*La Vanguardia*, 01/12/2014).

Otras noticias ahondan aún más en el infortunio destacando situaciones particulares de especial crudeza. Un ejemplo claro es el siguiente fragmento que narra la situación de una desempleada de 54 años en estos términos: “Ya ni siquiera puede permitirse seguir enviando currículum “porque las fotocopias ahora son un lujo”, afirma” y posteriormente citan sus palabras añadiendo ““Me tendré que ir a mendigar. Esto no es vivir, simplemente sobrevivo”, comenta indignada” (*El Mundo*, 16/11/2014).

El siguiente sentido del lenguaje más utilizado por la prensa es el que muestra a los desempleados de esta franja de edad como víctimas de la situación. Como

muestra la Tabla 4, 56 referencias siguen esta línea. Este sentido del texto victimiza a las personas, refiriéndose a ellas como “afectados” o “damnificados”, con las connotaciones de pasividad e impotencia que de esas palabras se derivan. Un ejemplo es el fragmento: “En la destrucción del mercado laboral, los mayores de 45 han sido los más afectados. Desde el inicio de la crisis, el número de parados en esta franja de edad ha cuadruplicado en cantidad” (*ABC*, 17/06/2014)

El tercer sentido más referido los muestra como personas “con cargas familiares”. El 10,4% de las referencias atribuyen responsabilidades familiares a los desempleados mayores de 45 años, mostrándolos como personas cuyo desempleo no afecta únicamente a ellos de forma individual, sino que se extiende a su entorno familiar.

El sentido que enfoca al desempleado como un profesional “limitado por la edad”, se presenta en cuarto lugar con casi un 8% de las referencias. El texto centrado en este tipo de discurso percibe la edad como un obstáculo para el acceso al mercado laboral, en frases como “De nuevo, la edad viene a ser su principal barrera, y ellos lo saben” (*ABC*, 17/06/2014). Con un porcentaje similar (7,4%) le sigue la categoría denominada “invisibles” que destaca el silenciamiento al que está sometida esta situación en nuestra sociedad y cómo los desempleados y algunas asociaciones y medios están comenzando a concienciarse de ello y a declararlo en la prensa con afirmaciones como “Son invisibles y hay que darles visibilidad” (*La Vanguardia*, 09/12/2014).

El discurso de la prensa ofrece dos visiones opuestas sobre la profesionalidad de los mayores de 45 años con porcentajes muy similares. Por una parte, se habla de ellos como “profesionales estancados”, reacios al cambio y a la movilidad, con carencias formativas, con falta de motivación, acomodados a los subsidios, etc. Mientras que, por otra parte, se habla de ellos como “profesionales maduros y con experiencia”, tal y como asegura el Fundador de la asociación Objetivo 50 según una noticia publicada en *La Vanguardia* ““La gente no tiene que pensar que la edad es una rémora sino una ventaja porque tienen un máster en experiencia... la edad es una ventaja”, ha aseverado el fundador de esta asociación” (29/04/2014).

En 23 noticias se muestra al desempleado mayor como una persona reivindicativa, convencida de que debe defender sus propios derechos y de que nadie lo hará por ella, asegurando a través de la prensa que les ofrecen “buenas palabras, pero pocos hechos” (*El Mundo*, 29/06/2014). Mientras que, en contraposición con ello, casi el mismo número de noticias hablan de ellos como un colectivo “prioritario” en las actuaciones políticas y sociales.

Los sentidos del lenguaje con menos referencias en el texto son los que muestran a los desempleados como personas desanimadas (4,9%), como profesionales rechazados por las empresas (4,6%) y con problemas emocionales (4,4%). A pesar de sus bajas alusiones, sus inclusiones resaltan con dureza la dramática situación vivida por estas personas, que se resume en descorazonadoras frases como “Es desesperante, te hacen sentir que ya no sirves” (*El Mundo*, 16/11/2014).

Con ayuda del programa NVivo, se relacionaron entre sí (en función de la codificación del texto) los doce sentidos del lenguaje hallados en el discurso. Los resultados obtenidos con este análisis mostraron dos correlaciones que merecen ser destacadas.

La correlación más fuerte se establece entre los sentidos “vulnerables, pobres y excluidos” y “con cargas familiares”, 12 de las 38 referencias a personas con cargas familiares se relacionan con vulnerabilidad. Esta correlación pone el énfasis en el perjuicio económico que el desempleo de los mayores de 45 años genera, no sólo en estas personas, sino también en los miembros de su familia que dependen de ellos. Esta situación se manifiesta en algunos diarios ““No tengo ninguna ayuda. Mi marido y mi hija, de 23, también están sin trabajo”, explica Helena, que sobrevive gracias a la solidaridad de familiares y amigos” (*El Mundo*, 16/11/2014).

Otra de las correlaciones más destacadas se establece entre los sentidos “invisibles” y “reivindicativos”, pues 7 de las 23 alusiones referidas a reivindicación, denuncian la situación de invisibilidad que están sufriendo. Como ejemplo de ello, en una noticia de *La Vanguardia* se da voz a la Asociación de Mayores Parados por el Empleo de Baleares (Ampeb), que resalta como una de sus acciones la realización de las primeras jornadas tituladas “No somos invisibles” (25/10/2014).

3.3. Relación de los sentidos del lenguaje con los temas de las noticias

Al relacionar las referencias de los diferentes sentidos hallados en el lenguaje sobre los mayores de 45 años con los temas de las noticias de los diarios, se obtiene la Tabla 5. La primera apreciación que muestra esta tabla, es la superioridad de las referencias a desempleados mayores de 45 años que ofrecen las noticias sobre “Estudios” y “Sociedad”.

Las referencias halladas en las noticias de política dan una imagen predominante de vulnerabilidad y pobreza de los desempleados de esta franja de edad. El segundo sentido del lenguaje más destacado por las noticias de esta temática, presenta a este colectivo como “prioritario” en sus actuaciones políticas: “En el Ministerio de Empleo coinciden que el primer colectivo a atender son los parados de larga duración mayores de 45 años” (*El Correo*, 29/09/2014).

Tabla 5. Valor absoluto (VA) y porcentaje de referencias por temas y sentidos del lenguaje. Elaboración propia.

Sentidos	Política		Sociedad		Economía		Formación		Estudios	
	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
Vulnerables, pobres y excluidos	22	27,2	19	17,9	9	22,5	2	11,8	19	15,6
Víctimas de la situación	10	12,4	10	9,4	7	17,5	0	0	29	23,8
Con cargas familiares	11	13,6	5	4,7	6	15	1	5,9	15	12,3
Limitados por la edad	2	2,5	6	5,7	0	0	2	11,8	19	15,6
Invisibles	4	4,9	16	15,1	4	10	0	0	3	2,5
Profesionales estancados	2	2,5	0	0	6	15	11	64,7	6	4,9
Profesionales maduros y con experiencia	2	2,5	12	11,3	2	5	1	5,9	7	5,7
Reivindicativos	1	1,2	20	18,9	0	0	0	0	2	1,6
Prioritarios	20	24,7	1	0,9	1	2,5	0	0	0	0
Desanimados, desesperanzados	2	2,5	4	3,8	1	2,5	0	0	11	9
Rechazados por las empresas	3	3,7	5	4,7	3	7,5	0	0	6	4,9

Con problemas emocionales	2	2,5	8	7,6	1	2,5	0	0	5	4,1
TOTAL	81	100	106	100	40	100	17	100	122	100

En las noticias sobre sociedad destacan claramente los sentidos del lenguaje que muestran a los desempleados como protagonistas activos en la reivindicación de sus derechos como ciudadanos. De esta forma, el sentido que acumula los mayores porcentajes es el que apunta a los desempleados como personas “reivindicativas”. De las noticias de sociedad destaca que ninguna de sus referencias los tilda de profesionales estancados, mientras que un 11,3% de las alusiones hablan de estas personas en términos de madurez y experiencia profesional, porcentaje muy superior al resto de noticias según su tema.

Las noticias sobre economía se centran en los sentidos más globales y, por tanto, menos relacionados con factores personales. Estas hacen especial hincapié en la vulnerabilidad y precariedad económica de estas personas y en la victimización del colectivo.

Destaca notablemente el alto porcentaje otorgado por las noticias de formación al sentido “profesionales estancados”. El 64,7% de las referencias dan una visión de los desempleados de esta franja de edad como profesionales desactualizados y con falta de competencias esenciales para el empleo. Se asocia la necesidad de formación a la falta de cualificación:

La Comunidad de Madrid ha organizado en el Club de Empleo de Pinto talleres de alfabetización informática para desempleados mayores de 45 años, provenientes de trabajos poco cualificados y con conocimientos nulos o muy escasos en la materia, para que adquieran unas habilidades básicas (*La Vanguardia*, 25/02/2014)

Las noticias de “Estudios” ponen el acento en el sentido que victimiza a estas personas en desempleo, mostrándolas como afectadas por la crisis en términos numéricos y porcentuales. Además, destacan cuantitativamente las limitaciones provocadas por la edad en el acceso al mercado laboral.

4. Discusión y conclusiones

Los sentidos del lenguaje emergentes del discurso de la prensa delatan grandes diferencias (en ocasiones incluso contradictorias) en la percepción de la realidad sobre el desempleo en esta franja de edad. Predominan los sentidos que acentúan la pobreza y precariedad económica de estas personas, poniendo el énfasis en sus responsabilidades familiares y, por tanto, haciendo extensible esta carencia a sus familias, que anteriormente eran sustentadas por ellos (Arnal, Finkel, & Parra, 2013).

Contrastan dos posturas que ponen el énfasis en la atribución de responsabilidades del desempleo a factores externos o internos del desempleado, coincidiendo con el estudio de Izquierdo y López (2013). Por una parte, destaca el sentido del lenguaje centrado en la victimización de los sujetos, que aleja la responsabilidad del desempleo de quien lo padece, apuntando al contexto social y a la crisis económica como principales responsables. Esta visión, que delega todo el peso de la problemática en factores externos e irremediables. Por otra parte, afloran las atribuciones del desempleo internas al propio individuo, manifestadas

principalmente en los sentidos del lenguaje que muestran al desempleado como una persona limitada por su edad, como un profesional estancado o desaminado en su búsqueda de empleo. Estos sentidos del lenguaje coinciden con los planteamientos de Fugate, Kinicki, & Ashforth (2004) en que la empleabilidad demanda una adaptación de la persona a los cambios del mercado laboral.

El perfil reivindicativo de las personas en desempleo de esta franja de edad queda patente en el discurso de la prensa sobre iniciativas, propuestas y vindicaciones de algunas asociaciones reunidas para hacer frente a la problemática. Lejos de resignarse, estas personas unen sus fuerzas para lograr una mayor visibilidad y denunciar la discriminación por la edad a la que se sienten sometidas. Los estudios de Encel y Studencki (2004) y Shacklock, Fulop y Hort (2007) comparten estos planteamientos al denunciar tal discriminación como principal barrera para el acceso al mercado laboral de las personas mayores.

El discurso de la prensa analizado está claramente marcado por contenidos políticos que lo guían y encauzan, tendencia que se evidencia también en otros estudios de contenido periodístico (Gómez, 2014; Ballesteros, 2017). Aparecen fuertes contrastes entre los sentidos del lenguaje utilizados principalmente por las noticias de política frente a las de sociedad. Las noticias de tema político hablan de vulnerabilidad del colectivo y en consecuencia de ello de la hipotética prioridad que conceden a estas personas en sus propuestas. Mientras que en las noticias de sociedad se esfuerzan en señalar, mediante un discurso eminentemente reivindicativo, la falta de respuesta política que obtienen a su problemática, afirmando que las palabras son más abundantes que los propios hechos.

Sorprende también la evidente asociación que se establece en los resultados de este estudio entre la formación y el desempleado como un profesional estancado. Se ofrece una imagen de la formación como compensadora de fuertes carencias formativas y orientada a profesionales poco cualificados. Esta visión relega la formación a contextos muy deficitarios y la aleja de la actual perspectiva asociada a la mejora, la profesionalización y la experticia, la actualización constante y el aprendizaje a lo largo de la vida. Contrasta con el enfoque plasmado en otros estudios cuyo punto de partida para mantener la capacidad laboral es la formación continua (Halttunen, Koivisto, & Billett, 2014; Nodaa & Kim, 2013; Thieme, Brusch, Büsch, & Stamov, 2015)

Concluyendo, a partir del análisis del discurso de la prensa, este trabajo desvela los mensajes latentes que se incluyen de forma implícita en las noticias. Con la caracterización de estas perspectivas se espera contribuir a una mayor reflexión crítica y social sobre los contenidos publicados en los diferentes medios sobre los desempleados mayores de 45 años, así como a una mejor comprensión de su situación y de los prejuicios y mitos que les afectan. Asimismo, se espera dar una mayor visibilidad al colectivo, a través de su inclusión en la literatura de investigación, en apoyo a las asociaciones y personas que luchan diariamente por defender sus derechos.

5. Referencias bibliográficas

- AIMC (2015): “Resumen general de resultados EGM”: <https://goo.gl/VC9DqI> [Consulta: 3 de febrero de 2015]
- Álvarez, José (2003): “El Periodismo ante la tecnología hipertextual”, en Díaz, JAVIER and Salaverria, RAMÓN (Eds.): *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, Ariel Comunicación, pp. 231-259.
- Amber, Diana & Domingo, Jesús (2015): “La presencia y representación del desempleo de los mayores de 45 años en la prensa española”. *Observatorio (OBS*) Journal* 9 (4), 085-091: doi: <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS942015906>.
- Amber, Diana & Domingo, Jesús (2016): “The discourse on the unemployment of people over 45 years old in times of crisis. A study of spanish blogs”. *Journal of Social Research & Policy*, 7 (2), 63-78: <https://goo.gl/JNU3oD> [Consulta: 3 de septiembre de 2017]
- Anderson, James. A. & Meyer, Timothy. P. (1988): *Mediated Communication. A social action perspective*. Newbury Park, Sage.
- Arnal, María; Finkel, Lucila; y Parra, Pilar (2013): “Crisis, desempleo y pobreza: análisis de trayectorias de vida y estrategias en el mercado laboral”. *Cuadernos de relaciones laborales*, 31 (2), 281-311: doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_CRLA.2013.v31.n2.43221
- Aruguete, Natalia (2011): “Framing. La perspectiva de las noticias”. *La Trama de la Comunicación*, 15, 67-80: <https://goo.gl/HBWes4> [Consulta: 5 de febrero de 2015]
- Ballesteros, Carlos A. (2017): “Siguiendo al flautista. Framing del independentismo catalán en las votaciones de 2014 y 2015”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23 (1), 307-323. doi: <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.55598>.
- Berger, Peter & Luckmann, Thomas (1967): *The Social construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*. New York, First Anchor Books.
- Castellanos, Juliana (2011): “De la tinta a los bits (Ink to bits). Análisis de la transición de los medios impresos análogos al ambiente digital”. *Anagramas*, 9 (18), 121-132: <https://goo.gl/KmgbeX> [Consulta: 20 de febrero de 2015]
- Center for Internet Studies and Digital Life (2014): “Reuters Institute Digital News Report”: <https://goo.gl/LWNsu8> [Consulta: 3 de febrero de 2015]
- Chong, Dennis & Druckman, James N. (2007): “Framing Theory”. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126. Doi: <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Del Pozo, Juan. A.; Ruiz, Miguel. A.; Pardo, Antonio; y San Martín, Rafael (2002): “Efectos de la duración del desempleo entre los desempleados”. *Psicothema*, 14(2), 440-443: <https://goo.gl/kTyRPB> [Consulta: 20 de marzo de 2015]
- Dubar, Claude (2002): *La crisis de las identidades. La interpretación de una mutación*. Barcelona, Edicions Bellaterra.
- Encel, Sol & Studencki, Helen (2004): “Older workers: can they succeed in the job market?”. *Australasian Journal on Ageing*, 23(1), 33-37. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1741-6612.2004.00006.x>
- Entman, Robert (1993): “Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm”. *Journal of Communication*, 43 (3), 51-58. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

- Fugate, Mel; Kinicki, Angelo. J.; & Ashforth, Blake E. (2004): "Employability: A psychosocial construct, its dimensions, and applications". *Journal of vocational behavior*, 65 (1), 14-38. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.005>.
- Garretón, Manuel. A. (2007): *Del postpinochetismo a la sociedad democrática*. Santiago, Prometeo.
- Giménez, Pilar (2006): "Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del Enfoque (Framing)". *Revista comunicación y hombre*, 2, 55-66.
- Goffman, Erving (1974): *Frame analysis. An essay on the Organizational of Experience*. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Gómez, María (2014): "La influencia de la agenda setting: análisis comparado del tratamiento del issue " mujer " en la prensa española (2007-2012)". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (2), 1103-1120. Doi: 10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47052.
- Graber, Doris. A. (1988): *Processing the news: How people tame the information tide*. United States, University Press of America.
- Halttunen, Timo; Koivisto, Mari; & Billett, Stephen (2014): *Promoting, Assessing, Recognizing and Certifying Lifelong Learning*. New York, Springer. Doi: <http://dx.doi.org/10.1007/978-94-017-8694-2>
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos & Baptista, Pilar (2010): *Metodología de la Investigación*. México, McGraw-Hill.
- INE [Instituto Nacional de Estadística, España] (2015): "Resultados nacionales. Parados por sexo y grupo de edad. Valores absolutos y porcentajes respecto del total de cada sexo": <https://goo.gl/UMERKd> [Consulta: 30 de mayo de 2015]
- Izquierdo, Tomás (2012): "Efectos de la duración del desempleo en las actitudes hacia el trabajo de los mayores de 45 años". *Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID)*, 8, 7-21.
- Izquierdo, Tomás & López, Olivia (2013): "El rol de las actitudes en la inserción laboral de los desempleados mayores de 45 años". *Universitas Psychologica*, 12(3), 911-922. Doi: <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY12-3.rail>
- Johnson, Burke & Onwuegbuzie, Anthony. (2004): "Mixed methods research: a research paradigm whose time has come". *Educational Researcher*, 33, 14-26. Doi: <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>
- McCombs, Maxwell (1997): "Building Consensus: The News Media's Agenda-Setting Roles". *Political Communication*, 14, 433-443. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/105846097199236>
- Nayyar, Deepak (2014): "La importancia del empleo para reactivar el crecimiento y reducir la desigualdad" *Revista Internacional del Trabajo*, 133 (3), 387-401. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1564-9148.2014.00212.x>
- Neuendorf, Kimberly A. (2002): *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, Sage Publications.
- Nodaa, Ayaka & Kim, Mikyong M. (2013): "Learning experiences and gains from continuing professional education and their applicability to work for Japanese government officials". *Studies in Higher Education*, 39 (6), 927-943. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/03075079.2012.754864>
- OJD [Oficina de Justificación de la Difusión, España] (2008): "Normas Técnicas de Control de Diarios. Información y Control de Publicaciones. Edición II. Marzo 2008": <https://goo.gl/fosdyh> [Consulta: 3 de febrero de 2015]

- OJD [Oficina de Justificación de la Difusión, España] (2015): “Medios controlados. Diarios”: <https://goo.gl/7FJuMQ> [Consulta: 3 de febrero de 2015]
- Sádaba, María T. (2001): “Origen, aplicación y límites de la Teoría del Encuadre (Framing) en comunicación”. *Comunicación y Sociedad*, XIV(2), 143-175.
- Saperas, Enric (1987): *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona, Ariel.
- Searle, John R. (1995): *The construction of Social Reality*. London, Penguin Books.
- Semetko, Holli & Valkenburg, Patti. (2000): “Framing European politics: a content analysis of press and television news”. *Journal of Communication*, 50 (2), 93-109. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Shacklock, Kate; Fulop, Liz & Hort, Linda (2007): “Managing older worker exit and re-entry practices: Arevolving door?”. *Pacific Journal of Human Resources*, 45 (2), 151-167. Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1038411107073603>
- Sperber, Dan & Wilson, Deidre (1994): *La relevancia*. Madrid, Visor.
- Tankard, James W. (2001): “The empirical approach to the study of media framing”, in REESE, Stephen; GANDY, Oscar; and GRANT, August: *Framing Public Life*. Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum, pp. 95-106.
- Thieme, Paula; Bruschi, Michael; Büsch, Victoria; and Stamo, Christian (2015): “Work context influences on older workers’ motivation for continuing education”. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, 18(1), 71-87. Doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s11618-014-0600-8>
- Tuchman, Gaye (1978): *Making the News: A Study in the Construction of Reality*. New York, Free Press.
- Van Dijk, Teun A. (2003): “La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad”, in WODAK, Ruth & MEYER, Michael (Eds.): *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona, Gedisa, pp. 143-177.
- Van Dijk, Teun A. (2008): *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II: Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona, Gedisa.
- Van Dijk, Teun A. (2009): *Discurso y poder*. Barcelona, Gedisa.

Diana Amber es Profesora de la Universidad de Jaén. Doctora con Mención Internacional por la Universidad de Granada. Máster en Investigación, Innovación e Intervención en Currículum y Formación. Su principal línea de investigación se centra en la formación para el empleo de colectivos vulnerables, línea de la que se derivan la mayoría de sus publicaciones. Miembro del grupo de investigación FORCE (Formación Centrada en la Escuela) de la Universidad de Granada.

Jesús Domingo es Catedrático de la Universidad de Granada, especialista en formación, asesoría y liderazgo para la inclusión de colectivos vulnerables, la mejora de la educación pública y la justicia social. Es miembro del grupo de investigación FORCE, de la Red de Investigación RILME y del Proyecto Atlántida. Director y participante en una veintena de proyectos de investigación y de cooperación internacional financiados con fondos públicos y autor de más de un centenar de publicaciones en esta línea de investigación.