

PALABRAS MAYORES. LA NECESIDAD DE LOS ESTUDIOS ETARIOS EN COMUNICACIÓN PARA UN CAMBIO SOCIAL

Important/Old Words. The Need of Age/ing Studies in Communication to Achieve Social Change

Dra. Virginia GUARINOS
Profesora titular, Universidad de Sevilla, España
E-mail: guarinos@us.es
 <https://orcid.org/0000-0002-7270-0087>

Dra. Raquel MEDINA
Decana, IES Abroad, Barcelona. Investigadora Visitante, Aston University, Reino Unido
E-mail: rmedina1@iesabrod.org
 <https://orcid.org/0000-0001-7824-3115>

Fecha de recepción del artículo: 20/03/2023
Fecha de aceptación definitiva: 17/03/2023

RESUMEN

Los Estudios Etarios en Comunicación, como parte de los Estudios Culturales, son muy recientes en España y otros países de Europa y América Latina. La influencia anglosajona y el aumento de la conciencia y necesidad de poner el foco en ello han posibilitado que en la última década académicas y académicos comiencen a volcar sus intereses investigadores en libros monográficos, colectivos, sobre todo, y artículos en revistas científicas. A ello se suma que la incidencia de la pandemia global sufrida en 2020 puso en primera línea a las personas mayores como víctimas no solo de la propia enfermedad COVID-19, también de otro padecimiento social: el del edadismo explícito en sus diversas manifestaciones. En este artículo se da cuenta de ello y de los avances que, especialmente en España, se han ido produciendo en los últimos años con respecto a ello y se presentan las aportaciones de esta monografía, pionera en el territorio investigador español.

Palabras clave: edadismo; comunicación; estudios etarios; personas mayores; cambio social.

ABSTRACT

As part of Cultural Studies, Age/ing Studies in Communication is a quite recent academic discipline in Spain, Europe, and Latin America. In the last decade, the American and British academic influences, as well as the growing awareness and need to focus on age/ing, have allowed academics to start translating their research interest into monographs, specially edited volumes, and articles in scientific journals. In addition, the global

pandemic of 2020 brought older people to the forefront of mass media as victims of the COVID-19 disease itself and of another social ailment: ageism in its various manifestations. This article explains this ageism and the progress made in recent years, particularly in Spain, in the fight against ageist stereotypes and the discrimination of older people. It also presents the articles contributing to this special issue, pioneers in the Spanish Age/ing Studies research field.

Keywords: ageism; communication; aging studies; older people; social change.

1. Introducción

Mucho antes de que el COVID-19 hiciera visible de una manera nítida y trágica el lugar nada prioritario de las personas mayores en la sociedad española (como en muchas otras sociedades occidentales), la prensa, la radio, la televisión, la literatura, el cine y las redes sociales nos presentaban el envejecimiento como decrepitud e improductividad. Lejanos quedaban ya los tiempos en los que la vejez se asociaba con la sabiduría. El resultado fue la creación de estereotipos y estigmas asociados a la vejez y el incremento del edadismo social: las personas mayores no aportan económicamente, sino que su longevidad impacta sobremanera en las arcas del estado y provoca una lucha intergeneracional: *millennials vs baby boomers*. Desde esta perspectiva, las personas mayores son una carga económica y social; un obstáculo para el desarrollo laboral y económico de los jóvenes; o quienes han provocado el cambio climático. Es decir, las personas mayores y las que pronto lo serán son las culpables de muchos de los males sociales y económicos por los que atravesamos actualmente.

¿Cómo se representa entonces al envejeciente y el envejecimiento en el cine, la televisión, la prensa, las artes escénicas o las redes sociales? Desde la perspectiva del análisis del discurso, Lakoff y Johnson (1999) han incidido en que la creación de estereotipos o de frases metafóricas para referirse a una realidad no se encuentra en el lenguaje sino en el pensamiento. De ahí que el lenguaje represente en palabras o en imágenes ese pensamiento que se ha ido construyendo en torno al envejecimiento. Tanto es así, que el abandono sufrido por las personas mayores antes, durante y después de la pandemia de 2020 pone en primer plano que el nombrar la experiencia del envejecimiento oculta la diversidad que envejecer conlleva. Por ejemplo, utilizar términos como viejo y vieja, anciano y anciana, ancianidad, tercera edad, mayores e incluso vejez, es particularmente problemático para ciertas asociaciones y organizaciones como la ONU, la OMS, el IMSERSO y muchas asociaciones y colectivos nacionales e internacionales que luchan contra el edadismo en el lenguaje y en la imagen. Véanse las campañas para cambiar la definición que el diccionario de la RAE da para vejez: 1. f. Cualidad de viejo. 2. f. Edad senil, senectud. 3. f. Achaques, manías, actitudes propias de la edad de los viejos. 4. f. Dicho o narración de algo muy sabido y vulgar. Senilidad, enfermedades, manías o vulgaridad, todos ellos aspectos negativos asociados a la vejez. O aquellas, como la de The Centre for Ageing Better, que persiguen eliminar las fotos que regularmente se emplean en los medios de comunicación para ilustrar el envejecimiento: manos de mujeres mayores que sostienen un bastón o mujeres mayores sentadas en silla de ruedas. Sin embargo, hay quienes, como Anna Freixas Farré (2021), reclaman la necesidad de emplear esos conceptos como una manera afirmativa de reivindicar la

existencia del envejecimiento que no es sinónimo de pasividad, enfermedad, decrepitud, discapacidad o asexualidad.

Sea como fuere, el temor a envejecer o el envejecimiento como tropo de horror y declive (Gullette, 1997), han conducido (y viene determinado) por lo que Kathleen Woodward (1999) denominó «the youthful structure of the look»; es decir, la mirada es una joven que busca juventud en lo que mira, sinónimo de bello, mientras que mira lo viejo con pánico.

Como todo en esta vida, la vejez también es diversa y, por lo tanto, hay que aproximarse a ella desde la interseccionalidad. En el modo de envejecimiento participan tanto cuestiones de género, como de clase social, lugar de origen, religión, sexualidad, etc. Esta interseccionalidad es la que los estudios de la edad (o del envejecimiento) han venido subrayando desde finales del siglo XX. Margaret M. Gullette (2004) nos advierte que la cultura es la que nos envejece, la que nos hace invisibles una vez no somos económicamente productivos, o la que busca que nos unamos al envejecimiento activo y saludable de los gimnasios, de los batidos energéticos, del ocio y del turismo. Si no se envejece exitosamente, entonces llega el fracaso y las personas mayores se convierten en una carga social. Pero no todos pueden permitirse envejecer burguesamente, o no todas las personas mayores pueden ser independientes, no es lo mismo envejecer en las zonas urbanas o en las rurales. Y tampoco la edad se concibe igual para hombres o para mujeres, y todavía menos para la comunidad LGBTIQ.

2. Aquí y ahora en los estudios etarios en comunicación

Cuando en 1969 Butler utilizara por primera vez el término edadismo (estereotipos discriminatorios sistemáticos sobre las personas mayores), poco podía imaginar que mucho tiempo después, en la actualidad, fuera una palabra que comienza a usarse más de lo deseable. El punto de inflexión, ya comentado, que ha sido la pandemia mundial en 2020 ha puesto de manifiesto no solo una lucha intergeneracional que se reveló en el *hashtag* viral *#boomeremover*, también un modo de representación de dicha realidad, de esos sujetos víctimas de edadismo, a través de los medios de comunicación social y las prácticas artísticas ficcionales audiovisuales. La aparición en prensa de las manifestaciones de jóvenes contra mayores, el abandono periodístico radiofónico de la situación crítica en las residencias en favor de otros temas (Guarinos y Martín-Pena, 2021) e incluso el diseño de videojuegos en los que se matan a personajes envejecientes o ellos mismos se convierten en asesinos (*Just Die Already*, por ejemplo) son prueba de ello. No puede olvidarse tampoco la continua y escasa representación de este tipo de personajes como protagonistas o secundarios en series de ficción o en obras cinematográficas.

La pandemia produjo una resignificación de estereotipos de vejez y envejecimiento. Previa a ella, el tópico se basaba en la efebocracia desarrollada por la publicidad y la *silver economy*, aplicable a unas generaciones de mayores de 65 procedentes de los estados del bienestar, de la bonanza económica previa a la gran depresión de la segunda década del siglo XXI. Los «vejóvenes», sanos, saludables, atractivos, en forma y con nivel económico alto para gastar en ocio y divertimento, dieron paso a la vejez de la decrepitud, la enfermedad, la dependencia y la muerte. En esta nueva situación, la reivindicación de las generaciones actuales mayores de los 65 años es la de la no

discriminación y la visibilización de una tercera y cuarta edad «normales», poliédricas, en las que coexisten distintos tipos de envejecimientos que casi no se dejan ver en el universo mediático.

Por el contrario, la investigación en Comunicación vive en España en la última década un florecimiento de los Estudios Etarios, en concreto los dedicados a estudios del envejecimiento, con mucho retraso, eso sí, con respecto a otras ramas y áreas de Conocimiento, como las Ciencias de la Salud (tanto medicina como enfermería), las Ciencias Económicas o la Sociología, con muchas décadas de adelanto desde sus desarrollos en la mitad del siglo XX. No hay que olvidar que esta nueva agenda investigadora en Comunicación responde, con compromiso y proactividad a otras agendas superiores. Los gobiernos e instituciones europeas también se han encargado de ello, bajo la preocupación del envejecimiento de la población mundial. Se calcula que en 2050 un 33 % de la población será mayor de 65 años. El año 2012 fue designado por la Unión Europea como año del envejecimiento activo y la solidaridad intergeneracional. Un año antes, en 2011, en España, ya se publica el Libro Blanco del envejecimiento activo (IMSERSO). Y en 2021 la OMS declara en su Informe Mundial sobre el Edadismo, la necesidad de «crear un movimiento para cambiar el discurso sobre la edad y el envejecimiento» (2021: 180). La Organización Mundial de la Salud, de forma temprana, publica en 2004 su Plan de Acción Internacional sobre el envejecimiento y, más recientemente, realiza una campaña Mundial contra el Edadismo (2021), para rematar con la declaración de la Década del Envejecimiento saludable (2022), comprendida entre 2021 y 2030, como periodo en el que los gobiernos, la sociedad civil, instituciones, medios de comunicación y otros sectores tengan como prioridad la sostenibilidad de la vejez y el envejecimiento activo.

Como se observa, se incluye entre los destinatarios de esta década a los medios de comunicación, pero los medios de comunicación practican, al menos en España, hoy por hoy un edadismo, a veces negativo, a veces positivo, por ausencia o paternalismo. O lo que es lo mismo un edadismo de discriminación directa y otro de indirecta o encubierta, que podría ser «excluir, sin una razón legalmente justificable, de un bien o servicio a personas que hubieran nacido antes de una determinada fecha (siendo personas mayores los nacidos antes de esa fecha)» (Herranz González, 2022: 40). Con esta perspectiva, el panorama, por ejemplo, de programas de entretenimiento, ficción o información dedicados a los mayores es prácticamente inexistente. Tan solo podría referirse, en el caso español a la publicación de periodismo digital *65 y más* o al programa de radio, de la cadena pública, Radio Nacional de España, *Juntos paso a paso*.

En estas coordenadas, la investigación española cuenta aún con un escaso número de académicas y académicos con este enfoque prioritario en sus trabajos. De entre ellos, pueden considerarse pionera, como obra compacta de multiautoría el volumen de Zecchi, Medina, Moreiras y Rodríguez (2021) sobre envejecimiento en los cines ibéricos, donde se observa una mirada profunda hacia el tema a través del cine ibérico, con representación de las cinematografías nacionales, España y Portugal, y autonómicas, como la gallega, la vasca o la catalana. Otra investigación anterior, en este caso coordinada por Zurian, Menéndez y Ramos-García (2019), se centra en películas de distintos países, uno de ellos el nuestro, con una amplitud temporal que comprende desde los años 60 del siglo XX hasta 2018. El foco común es el de la violencia de género en relación con las personas mayores. También del mismo año es otro volumen que ofrece una mirada más amplia, más allá del cine, sobre la tercera

edad y los medios de Comunicación (Guarinos, 2021), buscando la representación y el uso de este sector de la población en lugares tan diversos como programas de televisión, de radio, videojuegos, redes sociales y, por supuesto, el cine, en algunos casos sobre objetos de estudio españoles y también internacionales. A un nivel superior, el de las artes, se trabaja sobre cine, radio, revistas para mayores, cómic o literatura en el trabajo editado por Aguado y Rodríguez (2018) o sobre la representación de envejecientes como personajes en series españolas de ficción (Guarinos, 2023).

Como se puede ver por las fechas, los estudios etarios han irrumpido en las Ciencias de la Comunicación con fuerza en los últimos años, en lo que a tercera y cuarta edad se refiere, puesto que estudios etarios sobre infancia y adolescencia cuentan ya con una larga trayectoria investigadora. La idea de que existe una necesidad de reflexión y análisis, lejos de pensar que se trata de una moda, resulta clara, más si tenemos en cuenta que, desde 2019, se produce el Festival Internacional de Cinema de la Gent Gran (La Gran Pantalla), que se celebra en Barcelona. E igualmente, siguiendo esta estela, entre los días 15 y 17 de febrero de 2023 se acaba de celebrar la primera edición del Silver Film Festival en Bilbao. Sin duda, el marco europeo que designó al año 2012 como año europeo del envejecimiento activo y de la solidaridad intergeneracional marcó un antes y un después en llamada de atención de estos estudios entre los investigadores sociales y de la comunicación, puesto que con anterioridad a la pandemia ya existían artículos sueltos en números de revistas científicas o capítulos en obras colectivas y comunicaciones salpicadas en congresos que así lo refieren. Desde entonces, son muchas las disciplinas que han vehiculado sus intereses etarios como grupos de investigación o como asociaciones, como el grupo Pro-Age, de la Universidad de Lleida, dirigido por Núria Casado, o el equipo MASCAGE, capitaneado por José María Armengol, de la Universidad de Castilla La Mancha. Por otro lado, son dos las asociaciones que trabajan sobre estos temas, por un lado, la NANAS, North American Network in Aging Studies, y la ENAS, European Network in Aging Studies, constituida en 2011, que cuentan con investigadores e investigadoras de España y que celebraron en septiembre de 2022 una conferencia conjunta en Bucarest, bajo el lema «Narratives and Counter Narratives of Aging and Old Age: Reflexivity in Aging Studies».

A todo ello hay que sumar la existencia de cátedras, como la Macrosad de Estudios Intergeneracionales de la Universidad de Granada, nacida en 2018, y la más reciente y pionera en el ámbito de la Comunicación, la Cátedra de Edadismo de la Universidad de Vigo, campus Pontevedra, auspiciada por la Asociación de Familiares de Enfermos de Alzhéimer y otras Demencias de Galicia (Afaga) y la entidad privada de innovación social dedicada a acompañar en los cuidados a las personas mayores Atendo, presentada en septiembre de 2022.

Todas estas acciones, asociaciones, cátedras, equipos e investigadores repiten entre sus objetivos el de visibilizar y diversificar la mirada hacia el envejecimiento, la tercera edad, la cuarta edad, la edad dorada, con cualquiera de las etiquetas que se atribuyen a esta franja etaria y su representación social, haciendo especial énfasis en el entendimiento intergeneracional en pro de la desaparición del edadismo. Con esos mismos objetivos, esta monografía, pionera en las revistas científicas españolas, incluye en el lema temático la coletilla «para el cambio social», con el objetivo de colaborar en lo posible a la llamada del Informe Mundial sobre el Edadismo: «Crear un movimiento para cambiar el discurso sobre la edad y el envejecimiento» (WHO, 2021, p.180) y acercarlo algo más a la percepción que ellos y ellas tienen de sí mismos (Amezcuza y García Domingo, 2022).

3. Las palabras mayores de esta monografía

El abordaje investigador comunicacional de este sector etario puede realizarse desde muy diversas perspectivas: como productores de contenidos, como receptores y consumidores, como personajes o protagonistas de piezas audiovisuales y mensajes de comunicación en general... Las herramientas metodológicas, como sucede en el resto de los Estudios Culturales, también son múltiples. Entre todas ellas, esta monografía presenta una serie de artículos que profundizan en focos de interés candentes en la sociedad española y occidental en general, pegados a nuestras realidades más próximas, lo que no tendría que hacernos olvidar que todos estos análisis y resultados podrían ser bien diferentes si se trataran objetos de estudio pertenecientes a otras culturas y latitudes.

Uno de los temas en los que más edadismo, casi siempre por ausencia, se encuentra es el del sexo en edades avanzadas, considerada como una práctica impropia ya para este colectivo. Algunas películas, asumiendo ese riesgo de visibilizar los cuerpos mayores desnudos, realizando prácticas sexuales que pueden incomodar al espectador, muestran la existencia de deseo carnal entre los mayores. Ese es el centro de análisis del artículo escrito por Irene Liberia y Sergio Cobo, donde además de una reflexión y contextualización sobre el deseo, el erotismo y la edad del envejecimiento, se profundiza en el análisis de *En el séptimo cielo* (Andreas Dresen, 2008) y *El diablo entre las piernas* (Arturo Ripstein, 2019), dos películas de muy distintas cinematografías y culturas nacionales, como son la alemana y la mexicana.

De nuevo en el ámbito cinematográfico de ficción, en este caso nacional, si algún director español, además de Paco León, es conocido por los personajes representados por su madre de avanzada edad, ese es Pedro Almodóvar. No obstante, lejos de ser una mera anécdota, como sus propias apariciones en algunas de las películas de su primera mitad de carrera cinematográfica, esta presencia de mujeres (preferiblemente) mayores de 65 años o en edad postmadura alcanza a catorce películas de las veintidós del corpus analizado por Agustín Gómez en su artículo. Resulta especialmente inquietante la vinculación con el esperanto de este tipo de personajes en la filmografía almodovariana, como podrán leer en él.

La representación de acciones y la construcción de personajes no pueden quedar completas en nuestros días sin una puesta en valor de otro elemento discriminatorio que afecta además de manera transversal a las mujeres: es el caso de los intérpretes. Actores y actrices no viven de igual manera el envejecimiento. Son varios ya los años en los que las actrices aprovechan los foros nacionales o internacionales para reivindicar papeles que poder interpretar. Desde el punto de vista narrativo y de guion esta carencia es precisamente eso, una gran carencia en el abanico de personajes posibles, pero además para ellas es un humillante problema laboral, en tanto que deben decidir o no trabajar más a partir de ciertas edades o someterse a las dictaduras de los cánones actuales de belleza vinculada a la juventud y la delgadez con lo que supone de esfuerzo quirúrgico, cuando no de riesgo. Núria Casado-Gual y Maricel Oró-Piqueras abordan la posibilidad de inversión de esos comportamientos en el ejemplo de Emma Thompson como ejemplo de construcción de una nueva narrativa de la vejez femenina en el cine actual, no tan «plateado» como pretende hacernos creer. Lo hacen sobre las dos últimas películas de repercusión internacional de la actriz británica: *Late Night* (Nisha Ganatra, 2019) y *Good Luck to You, Leo Grande* (Sophie Hyde, 2022), dirigidas también por dos mujeres.

El doble factor discriminatorio que combina edad y mujer se eleva a índices preocupantes cuando la fórmula es la de edad y homosexualidad. También centrado en el cine, esta vez en el cine mexicano, Alejandro Jiménez Arrazquito profundiza en el análisis de la película *Cuatro Lunas* (Sergio Tovar Velarde, 2014), que se trata de uno de los pocos relatos cinematográficos de ficción de la filmografía mexicana que se atreve a representar a personajes de este colectivo de género anclado ya en edades avanzadas. Tomando como modelo metodológico los análisis sobre edad, género y sexualidades de Westwood (2016), este artículo muestra un problema añadido que queda representado en la historia de la película. Como ya se puede observar en las reflexiones del artículo de Irene Liberia y Sergio Cobo, también ahora en este, sexualidad y edad avanzada no son claves temáticas que los directores de cine quieran visualizar ante sus espectadores: les incomoda. Pero cuando además se trata de una sexualidad reprimida u ocultada, el sexo homosexual entre mayores añade el factor de la culpa y de la superación del propio sentido de homofobia aprendido de las sociedades patriarcales en las que estos personajes se crían y forman sus personalidades.

Al otro lado de las pantallas se encuentran los mayores como consumidores de medios de comunicación, de relatos audiovisuales ficcionales o factuales, de videojuegos, de redes sociales. Esta faceta, enmarcada en los estudios de recepción, es la que se contiene en el artículo de Julio César Mateus, Giancarlo Cappello y Lizardo Vargas. Las investigaciones cuantitativas sobre consumo mediático no son extrañas en las Ciencias Sociales y de la Comunicación, pero pocas son las que ahondan cómo es ese consumo, con una perspectiva más cualitativa. Este trabajo lo hace sobre la población mayor en Perú y muy diversos tipos de medios y vehículos de comunicación, llegando, entre otras, a las conclusiones de que los mayores especializan sus objetivos con respecto a los medios que utilizan para ello. Por ejemplo, trabajan con el teléfono móvil para entretenerse, el ordenador para el conocimiento y enriquecimiento cultural, y la televisión para recibir información. Esta investigación no solo demuestra estas realidades, también la de que la población etaria mayor, de cierto nivel cultural, maneja con soltura las nuevas tecnologías, lo que, sin duda, contribuye al debilitamiento de los tópicos que vinculan la vejez con la incapacidad tecnológica.

Un aspecto importante que se ha hecho visible en España durante la pandemia es el uso y presencia de personas mayores en las redes sociales. El artículo de Francisco Marcos Martín Martín explora esta presencia de personas mayores como *influencers* en la red social Instagram. Partiendo de una metodología cualitativa, este estudio determina y analiza en qué ámbitos ejercen su influencia las personas mayores para investigar las características de la producción de 12 perfiles *influencers* con más de 100.000 seguidores. Los resultados señalan que la producción de sus contenidos se caracteriza por una marcada estrategia de marketing digital. Este artículo demuestra que las redes sociales no son edadistas en su uso y que, por tanto, es necesario ampliar la investigación etaria a este ámbito.

Gobiernos, organismos, instituciones oficiales o no, empresas, todos ellos cuentan obligatoriamente con una responsabilidad social que debe atender a las representaciones objetivas de todos los colectivos vulnerables. Como una de las caras de la visibilización de las instituciones, las páginas web son hoy por hoy un vehículo principal de transmisión de esa responsabilidad social corporativa. Ana Belén Fernández Souto, Montserrat Vázquez Gestal y Xaime Fandiño van más allá

en su análisis y desarrollan un exhaustivo balance sobre el edadismo en empresas IBEX-35 en una comparativa con la propia universidad, en este caso, con el estudio de caso de la Universidad de Vigo, modelo de referencia para futuras investigaciones de análisis comparativo.

Finalmente, el último artículo es el de nuestra firma invitada: Isabel Menéndez Menéndez. Nuevamente centrándose en la producción cinematográfica, esta investigación se enfoca en *Ladies of Steel* (2020), largometraje de la finlandesa Pamela Tola. Con una clara aproximación teórica feminista, la autora concluye que las películas de carretera protagonizadas por mujeres mayores vienen a borrar estereotipos edadistas sobre el cuerpo, la sexualidad y las imposiciones de género. Las mujeres mayores de esta película se empoderan y muestran que la vejez no es declive ni dependencia.

La lectura de esta monografía, sin duda, no solo aportará conciencia de la situación de la representación de las personas mayores en el entorno de la Comunicación, tan necesaria, también, sin duda, despertará inquietudes investigadoras, igualmente necesarias.

4. Bibliografía

- Aguado, T. y Rodríguez, M. (2018). *Representaciones artísticas y sociales del envejecimiento*. Madrid, Dykinson.
- Amezcuca, T. y García Domingo, M. (2022). «¿Mayor, yo? ¿Dónde lo pone?» Concepción y atribuciones sociales a la vejez según la autopercepción de las personas mayores del siglo XXI: de la seneficiencia al elder pride». *Recerca. Revista De Pensament I Anàlisi*, 27(1), 1-26.
- Butler, R. N. (1969). «Ageism: another form of bigotry». *The Gerontologist*, 9, 243-246.
- Freixas, A. (2021). *Yo, vieja*. Madrid, Capitán Swing.
- Guarinos, V. (2021). *La isla etaria. Tercera edad y medios de comunicación*. Sevilla, ReaDuck.
- Guarinos, V. y Martín-Pena, D. (2021). «Vejez y radio en la pandemia: el caso de la Cadena SER y Radio Nacional de España». *Cuadernos.info*, 51, 138-158.
- Guarinos, V. (ed.) (2023). *El envejecimiento en las series de ficción. Roles, estereotipos y resignificaciones*. Valencia, Tirant lo Blanch.
- Gullette, M. M. (1997). *Declining to decline: Cultural combat and the politics of the midlife*. University of Virginia, Charlottesville.
- Gullette, M. M. (2004). *Aged by culture*. Chicago, University of Chicago Press.
- Herranz González, R. (2022): «El edadismo y la discriminación por edad y sus clases», en Mateos y de Cabo, O. I., Herránz González, R., Aranda Lasheras, M. J., Fouce Fernández, G., Bermejo García, L., Del Barrio Trunchado, E., Adá Lameiras, A., Zorrilla Muños, V., Agulló Tomás, M. S. y Casal Sánchez, M. D., *La discriminación por edad de las personas mayores. Las múltiples caras del edadismo*. Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Madrid, Secretaría de Estado de Derechos Sociales. Instituto de Mayores y Servicios Sociales, 31-48.
- IMSERSO (2011). *Libro blanco del envejecimiento activo*. Madrid, Ministerio de Sanidad.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought*. New York, Basic Books.
- Organización Mundial De La Salud (2004). *Plan de Acción Internacional sobre el envejecimiento: informe sobre su ejecución*. https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB115/B115_29-sp.pdf
- Organización Mundial De La Salud (2021). *Campaña Mundial contra el Edadismo*. <https://www.who.int/es/publications/m/item/global-campaign-to-combat-ageism-toolkit>

- Organización Mundial De La Salud (2022). *Década del Envejecimiento Saludable: 2021-2030*.
<https://www.who.int/es/initiatives/decade-of-healthy-ageing>
- Westwood, S. (2016). *Ageing, gender and sexuality: Equality in Later Life*. New York, Routledge.
- Woodward, K. (1999). «Statistical Panic». *Differences*, 11(2), 177-203.
- World Health Organization (2021): Global Report on Ageism, [en línea], <https://iris.paho.org/handle/10665.2/55871>
- Zecchi, B., Medina, R., Moreiras, C. y Rodríguez, M. P. (2021). «Introducción. El envejecimiento en la sociedad. El envejecimiento en el cine». *Envejecimientos y cines ibéricos*, Valencia, Tirant lo Blanch, 15-60.
- Zurian, F., Menéndez, I. y García-Ramos, F. J. (2019). *Edad y violencia en el cine. Diálogo entre estudios etarios, de género y fílmicos*. Universitat de les Illes Balears, Palma de Mallorca.