

La presencia y representación del desempleo de los mayores de 45 años en la prensa española

The presence and representation of unemployment of people older than 45 years in the Spanish press

Diana Amber*, Jesús Domingo**

*Universidad de Granada, Dpto. Didáctica y Organización Escolar. Facultad de Ciencias de la Educación, Campus Universitario Cartuja, s/n 18071 Granada (España). (amber@ugr.es)

**Universidad de Granada, Dpto. Didáctica y Organización Escolar. Facultad de Ciencias de la Educación, Campus Universitario Cartuja, s/n, 18071 Granada (España)

Resumen

La prensa tiene una gran influencia en la generación de opinión pública. Según la teoría de la Agenda Setting las noticias más relevantes para los medios lo serán para su público. El desempleo de los mayores de 45 años es una problemática social que afecta a muchas familias en la actualidad, sin embargo está en cuestión si los diarios le conceden suficiente importancia.

A través del análisis documental y de contenido de los principales diarios españoles, este trabajo pretende dar a conocer qué cobertura ofrece la prensa española a la problemática social sufrida por los desempleados mayores de 45 años.

Los resultados muestran un insuficiente tratamiento del problema, con escasa especificidad en las noticias que abordan el tema, con pequeñas diferencias en función de la Comunidad Autónoma. Las noticias se enmarcan en general en contextos políticos y económicos. Sin embargo, las noticias con marco formativo y social manifiestan mayor tendencia a mostrar iniciativas de mejora para el acceso al empleo. Se concluye que el desempleo de los mayores de 45 años queda relegado a noticias puntuales y se trata en la mayor parte de los casos como un tema secundario de la noticia.

Palabras clave: mayores de 45 años, desempleo, prensa, agenda-setting, análisis de contenido.

Abstract

Press has a great influence in the generation of public opinion. According to the Agenda Setting theory, the most relevant news for the media will be also for their audience. The unemployment of people older than 45 years is a social problem that affects many families today, however is in question if newspapers give it enough importance.

Through the documentary and content analysis of the main Spanish newspapers, this study aims to show which coverage gives the Spanish press to the social problems suffered by the unemployed older than 45 years.

The results show insufficient treatment of the problem, with little specificity in the news that address the issue, with slight differences depending on the region. The news are part of overall political and economic contexts. However, the news with educational and social framework show a greater tendency to show improvement initiatives for the access to employment. It is concluded that unemployment of people older than 45 years is relegated to occasional news and in the most of cases is a secondary topic of the new.

Keywords: people older than 45 years, unemployment, press, Setting Agenda, content analysis.

Presentación y justificación del problema de investigación

El desempleo de los mayores de 45 años y el incremento de su tasa en los últimos años debido a la penetrante crisis económica es una problemática social que tiene repercusión en miles de familias españolas. Los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2015a) advierten que el número de desempleados mayores de 45 años asciende en 2015 a 1.841.700 personas, cifra que revela que el 33,83% de los desempleados españoles pertenecen a esta franja de edad.

La pérdida del empleo para una persona mayor de 45 años supone una ruptura que supera lo económico, generando una crisis de identidad en la persona que la sufre (Dubar, 2002) y teniendo graves consecuencias psicosociales (Blanch, 1990; Izquierdo, 2012) y sobre su salud (Kroll & Lampert, 2011; Mewes, Rief, Martin, Glaesmer & Brähler, 2013).

Sin embargo, mientras que el desempleo en otras franjas de edad es una problemática social en auge y con gran repercusión social y en los medios, el desempleo en los mayores de 45 años es ensombrecido por otras problemáticas sociales que centran los focos de atención mediática. Según el Centro de Investigación Sociológica (CIS, 2015), en el avance de resultados del barómetro de marzo de 2015, en su estudio multirespuesta sobre la percepción de los principales problemas de España por los ciudadanos, el 80,3% de los encuestados se refieren al paro como uno de los problemas más preocupantes de esta nación. Además, el 54,6% de los encuestados eligieron esta problemática en primer lugar, valor muy por encima del siguiente problema más votado como primera opción, que fue la corrupción y el fraude, con un 19,4% de los encuestados.

La percepción y la importancia que conceden los ciudadanos a las diferentes problemáticas sociales dependen en gran medida de la información que los medios de comunicación faciliten sobre ello, pues los medios tienen poder de generación de opinión pública. Estos construyen socialmente la "realidad" que llega a los usuarios (Berger & Luckman, 1967; Searle, 1995; Tuchman, 1978). En palabras de Krieg (1998) *"...la realidad es una construcción social que a su vez permite y constituye a la sociedad. Por tanto los medios tienen la función de crear esa «realidad» construyéndola mediante la observación de la sociedad y difundiéndola en ella"* (p. 125).

Entre estas "realidades" construidas y mostradas por los medios, el desempleo es sin duda una de las más preocupantes para los españoles, pues ocupa un lugar de relevancia en las noticias de radio, televisión, prensa, etc. Los medios nos bombardean diariamente con una ingente cantidad de información sobre tasas de desempleo general, o datos y proyectos centrados en los colectivos más jóvenes, considerando de vital importancia su futuro (Bendit, Hahn & Miranda, A., 2008), para el futuro de la sociedad en general. Sin embargo, ¿se concede la misma atención a los desempleados mayores de 45 años? ¿Es consciente la población del abatimiento que supone para estas personas la pérdida de su empleo? ¿Se alcanza a saber el potencial humano y profesional que está despreciando el actual mercado laboral?

Desde estas inquietudes, la economía política entendida como *"el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación"* (Mosco, 2006, p. 59), desde su vertiente comunicativa, abre una vía de estudio para este trabajo. En tanto que la economía política de la comunicación, se centra en los procesos de control y poder concretados en acciones y omisiones políticas,

que contribuyen a la reproducción del sistema social (Bustamante, 2004) y "*constituyen la producción, distribución y consumo de bienes simbólicos*" (Bolaño y Mastrini 2002, p. 43).

La centralización de los medios en determinadas problemáticas indican al lector en qué debe pensar (McCombs, 1997). Según los planteamientos del modelo de la Agenda Setting, desarrollado por McCombs y Shaw (1972), la selección de las noticias que los medios ofrecen influye en la opinión pública. Según esta teoría, existe una tendencia por parte del público a otorgar la misma importancia a los asuntos que los medios le otorgan. De este modo, las noticias que incluyan o excluyan los medios informativos, tendrán tendencia a ser incluidas o excluidas respectivamente del pensamiento y consideración del público. Los medios indican al público los asuntos a los que deben prestar mayor atención mediante la acentuación o la omisión e ignorancia de determinados temas. En palabras de Rodríguez (2004):

Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que le deben dar (p. 15)

Por tanto y siguiendo a esta misma autora, la audiencia tenderá a dar una mayor importancia a un tema en función de la cobertura que éste tenga en los medios (en cuanto al número de noticias publicadas, el tiempo o espacio dedicado a ellas, etc.).

En este sentido, los periódicos, como importante referente informativo para la población española, tanto en sus ediciones impresas como digitales, son un reflejo de la opinión pública (Balle, 1991) y por tanto, su análisis es un método eficaz de acercamiento al conocimiento de la realidad social (Berger & Luckmann, 1967). En concordancia con el objeto de estudio de la economía política de la comunicación, que pone el énfasis en el examen de las instituciones e industrias culturales responsables de la distribución y regulación del mercado de la comunicación (Mosco, 2011; Sánchez Ruiz, 1992).

Partiendo de estas premisas teóricas, este trabajo pretende dar a conocer qué cobertura ofrece la prensa española a la problemática social sufrida por las personas mayores de 45 años, que se encuentran en situación de desempleo. Siendo su principal contribución a la literatura de investigación, dar a conocer la repercusión social y visibilidad de esta realidad a través de su aparición en los diarios.

Metodología

Población y selección de la muestra de estudio

La población de este estudio está compuesta por los diarios españoles de información general. Partiendo de esta población, se ha seleccionado una muestra de periódicos de relevancia nacional y comunitaria para su estudio. Los diarios han sido seleccionados por tener un promedio de difusión superior a 80.000 ejemplares al año según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD, 2015) y un 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, 2015) y por tener edición impresa y digital para acceder al máximo público posible. Siete periódicos reúnen estas características y por tanto, fueron seleccionados para su

análisis. Estos periódicos ordenados según su promedio de difusión de forma descendente, se identifican en la Tabla 1.

Tabla 1. Identificación de los periódicos

Periódico	Ámbito de distribución	Editor/Propietario
El País	Nacional	Grupo Prisa
El Mundo	Nacional	Unidad Editorial
La Vanguardia	Nacional	Grupo Godó
ABC	Nacional	Grupo Vocento
El Periódico	Cataluña	Grupo Zeta
La Razón	Nacional	Audiovisual Española S.A.
El Correo	País Vasco	Grupo Vocento

Fuente: Elaboración propia

El sumatorio del promedio de ejemplares diarios difundidos por los siete periódicos seleccionados que componen la muestra supone un 51,21% del promedio en España por todos los periódicos nacionales según la OJD (2014), cifra que asegura la representatividad de la muestra seleccionada.

Se acotó el estudio al año 2014, para garantizar la actualidad de los datos. Se estudió el año completo, pues al abarcar un largo periodo de tiempo se evitó que el estudio estuviese afectado por variables estacionales (Hernández, Fernández & Baptista, 2010). Se revisaron las noticias ofrecidas durante este año en las ediciones digitales de los periódicos mencionados.

Se han elegido las ediciones digitales de los periódicos seleccionados por su número de lectores en creciente auge. Un reciente estudio del Center for Internet Studies and Digital Life (2014) afirma que *"la forma más extendida de conocer noticias nuevas entre los usuarios españoles es acceder directamente al sitio web o la aplicación de un medio"* (p. 7). Según esta misma fuente, las webs de los periódicos son referentes para los usuarios españoles, pues el 46% de los encuestados se informa de esta manera. Además, las ediciones digitales permiten la consulta y el acceso a la información de forma instantánea (Castellanos, 2011) y durante largos periodos de tiempo, evitando la caducidad de las ediciones impresas, cuyos lectores sólo pueden adquirir el día de su publicación. Por tanto, las ediciones digitales aumentan la posibilidad de que las noticias lleguen al público e influyan sobre él.

Procedimiento y variables de análisis

Tras la selección de la muestra se procedió al análisis documental de las noticias ofrecidas por las ediciones digitales de los siete diarios durante el año 2014, siendo la *"unidad de contenido"* (Saperas, 1987) que centra este estudio el desempleo en mayores de 45 años. Con ayuda de los buscadores de los diarios se localizaron las noticias que incluyen en su discurso las palabras "mayores de 45 años". En esta fase, la recopilación de noticias de interés para el estudio está condicionada por el proceso de recuperación de datos, acceso a las noticias y herramientas de filtrado que utilizan los diferentes

buscadores de los periódicos estudiados. Tras este primer tamiz, todas las noticias encontradas fueron revisadas y sometidas a un segundo filtro, seleccionando sólo aquellas relacionadas con el empleo o desempleo de estas personas. Se obtuvieron un total de 628 noticias dedicadas a la situación laboral de los mayores de 45 años o que hacían mención a ello en su discurso.

Las noticias fueron identificadas y categorizadas en función de cinco variables de análisis, dos de ellas atribuibles a propiedades de la noticia (periódico y comunidad autónoma) y tres (tema, iniciativa y especificidad) definidas por el investigador de forma inductiva a través de una *inmersión cualitativa* inicial en el contenido de la noticia (Neuendorf, 2002).

A. *Periódico* al que pertenece la noticia, entre los siete estudiados.

B. *Comunidad Autónoma* en la que se produce o a la que se refiere la noticia, distinguiendo cada una de las 17 comunidades y las noticias nacionales, atribuibles a todo el territorio español.

C. *Tema*: Las noticias se han identificado con una etiqueta que indica su línea temática principal, de este modo se distinguen cinco categorías:

- Política: incluye todas las noticias que tratan sobre propuestas, acuerdos y críticas políticas, tanto del partido de gobierno como de la oposición y sindicatos.
- Economía: noticias referidas a presupuestos, sueldos, subsidios y contratos profesionales.
- Sociedad: en esta categoría se incluyen todas las noticias protagonizadas por ciudadanos, asociaciones o movimientos sociales en cualquiera de sus formas: reflexión, crítica social, entrevista, narración de vivencias, experiencias, logros o proyectos, etc.
- Estudios: noticias que exponen y comentan resultados de encuestas y datos estadísticos sobre empleo con carácter informativo.
- Formación: referido a noticias dedicadas al ámbito formativo y educativo en todos sus niveles y formas.

D. *Iniciativa*: variable dicotómica que muestra si la noticia se refiere a una propuesta, programa, proyecto o plan, que se va a realizar o a su implantación o resultados.

E. *Especificidad*: variable dicotómica que indica si la noticia es específica del empleo y desempleo de los mayores de 45 años y este tema centra el discurso, o por el contrario, la temática se menciona de forma puntual y efímera.

Las variables de análisis definidas con anterioridad posibilitaron la realización del análisis de contenido inicial que permite conocer la relevancia y asiduidad con la que se incluye esta temática en los diarios españoles en función de las diferentes variables. Para facilitar el análisis de datos se han utilizado los softwares Microsoft Access (para la creación de la base de datos de las noticias) y Microsoft Excel e IBM SPSS Statistics (para el análisis cuantitativo de la información).

Se realizaron tres análisis principales que relacionan diferentes variables. En primer lugar se realizó un análisis del perfil general de las noticias en función del periódico y su especificidad en la temática, este análisis permite conocer las noticias ofrecidas por cada periódico y su porcentaje de especificidad. A continuación se analizaron las noticias por Comunidades Autónomas e iniciativas de acceso al empleo. Por

último, el análisis se centró en las noticias en función de los temas generales que las enmarcan y las iniciativas de acceso al empleo. Sentando las bases, pero sin adentrarnos en la teoría del framing o encuadre, que nos llevaría a la interpretación de los sentidos del lenguaje utilizado en las noticias (Sádaba, 2001), tarea que se abordará en estudios posteriores.

Resultados

Análisis del perfil general de las noticias

Los primeros datos arrojados por el análisis de contenido nos muestran, tan solo con las cifras de frecuencia de aparición de las noticias, que el desempleo de los mayores de 45 años no es uno de los temas de mayor interés en la prensa española.

Como se puede apreciar en la Tabla 2, los periódicos ofrecen pocas noticias que mencionen esta temática y muchas menos que la aborden de forma exclusiva o central.

Tabla 2. Valor absoluto (VA) y porcentaje de noticias totales y específicas por periódicos

Periódico	Noticias		Noticias Específicas (VA)	% Especificidad
	VA	%		
El País	37	5,89	12	32,43
El Mundo	50	7,96	8	16,00
La Vanguardia	426	67,83	58	13,62
ABC	69	10,99	19	27,54
El Periódico	13	2,07	11	84,62
La Razón	10	1,59	5	50,00
El Correo	23	3,66	2	8,70
TOTAL	628	100,00	115	18,31

Fuente: Elaboración propia

El periódico que más noticias ofrece en su edición digital es La Vanguardia, que con 426 supone un 67,83% de la totalidad de las noticias existentes en estos diarios en 2014. El resto de periódicos distan considerablemente en su porcentaje, siendo los más cercanos el diario ABC con el 10,99% y El Mundo con un 7,96% (69 y 50 noticias respectivamente). El Correo, El Periódico y La Razón muestran porcentajes de representación inferiores al 5%, con 23, 13 y 10 noticias respectivamente.

En total se encontraron 628 noticias que hacen alusión a los mayores de 45 años y a su situación laboral. Estos datos son irrisorios considerando que durante el año 2014, los buscadores de periódicos como La Vanguardia muestran cifras de 69.140 noticias que hablan de empleo, 15.050 en ABC o 5.976 en El Mundo.

Atendiendo al criterio de especificidad de la noticia, los resultados varían levemente, manteniéndose en primer lugar La Vanguardia con 58 noticias específicas, seguida de ABC con 19 y de El País con 12. El porcentaje de noticias específicas sobre el desempleo en los mayores de 45 años respecto al total de noticias analizadas en cada periódico, muestra grandes discrepancias entre los diferentes diarios. En este

caso es El Periódico el que alcanza los mayores porcentajes de especificidad en sus noticias, con un 84,62%, es decir, 11 de las 13 noticias que incluyen información de los mayores de 45 años, son específicas de la unidad de contenido del estudio. Seguidamente, con un 50% de especificidad de sus noticias se encuentra la Razón. El periódico con menor porcentaje de noticias específicas es El Correo, con un 8,7% (2 noticias).

Análisis de las noticias por Comunidades Autónomas

En este segundo análisis se pretende conocer en qué comunidades autónomas, las noticias sobre el desempleo de los mayores de 45 años tienen mayor representación y frecuencia en los periódicos estudiados. En esta ocasión, para favorecer el contraste de datos entre las comunidades, se analizó únicamente la información obtenida de los periódicos de tirada nacional, omitiendo los dos territoriales que participan del estudio general (El Periódico y El Correo). Se descartaron los resultados de ambos periódicos, pues los datos que ofrecen se centran principalmente en su entorno comunitario.

Tabla 3. Noticias por comunidades autónomas en periódicos de tirada nacional

Comunidad Autónoma	Noticias		Noticias de iniciativas VA	% Iniciativa
	VA	%		
Nacional	102	17,23	5	4,90
Andalucía	59	9,97	9	15,25
Aragón	25	4,22	6	24,00
Asturias, Principado de	20	3,38	2	10,00
Balears, Illes	53	8,95	12	22,64
Canarias	20	3,38	4	20,00
Cantabria	9	1,52	1	11,11
Castilla y León	26	4,39	5	19,23
Castilla - La Mancha	21	3,55	8	38,10
Cataluña	26	4,39	7	26,92
Comunitat Valenciana	35	5,91	8	22,86
Extremadura	20	3,38	3	15,00
Galicia	17	2,87	2	11,76
Madrid, Comunidad de	79	13,34	17	21,52
Murcia, Región de	28	4,73	4	14,29
Navarra, Comunidad Foral de	10	1,69	1	10,00
País Vasco	23	3,89	3	13,04
Rioja, La	19	3,21	2	10,53
TOTAL	592	100,00	99	16,72

Fuente: Elaboración propia

Las noticias nacionales adquieren mayor relevancia en el análisis, siendo el 17,40% de los datos analizados, como muestra la Tabla 3. Las tres comunidades autónomas que más noticias de la temática generan son Madrid, Andalucía y las Islas Baleares, con un 13,34%, 9,97% y 8,95% respectivamente. Los datos son consecuentes en su frecuencia, mostrando más noticias de carácter nacional, a continuación de la capital española y de Andalucía, su comunidad más extensa y poblada. Sin embargo, sorprende que las Islas Baleares tengan un alto porcentaje de noticias sobre el desempleo en mayores de 45 años en

relación al resto de comunidades, cuando esta comunidad concentra únicamente el 2,4% de la población española, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2015b).

La Tabla 3 muestra a su vez el número de noticias que tratan iniciativas orientadas al acceso al empleo. En este caso, Madrid e Islas Baleares, con 17 y 12 noticias de iniciativas respectivamente, son las comunidades que presentan los valores más elevados. Aunque los mayores porcentajes, en relación al número de noticias totales de la comunidad, los presenta Castilla-La Mancha y Aragón, con un 38,10% y 24% respectivamente de sus noticias dedicadas a dar a conocer iniciativas de acceso al empleo. Un ejemplo de ello es la noticia cuyo titular afirma *"El Plan Extraordinario de Creación de Empleo de Albacete llegará a más de 600 beneficiarios"* (La Vanguardia, 20/01/2014)¹.

Los porcentajes más bajos en cuanto a iniciativas los presentan las noticias nacionales (4,90%), lo que indica que las medidas de empleabilidad tienen un carácter preponderantemente comunitario.

Siendo "N" el número de periódicos nacionales analizados (N=5), la Tabla 4 elaborada con ayuda del programa de análisis de datos estadísticos SPSS, muestra los principales estadísticos descriptivos de los datos en función de la Comunidad Autónoma.

Tabla 4. Estadísticos descriptivos de las noticias por Comunidades Autónomas según su aparición en los periódicos nacionales analizados

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Suma	Media	Desviación
Nacional	5	51	6	57	102	20,40	21,055
Andalucía	5	44	0	44	59	11,80	18,512
Aragón	5	23	0	23	25	5,00	10,100
Asturias	5	20	0	20	20	4,00	8,944
Baleares	5	34	0	34	53	10,60	15,453
Canarias	5	18	0	18	20	4,00	7,874
Cantabria	5	9	0	9	9	1,80	4,025
CastillaLeón	5	21	0	21	26	5,20	8,983
CastillaLaMancha	5	12	0	12	21	4,20	5,848
Cataluña	5	19	0	19	26	5,20	8,106
Valencia	5	19	1	20	35	7,00	7,746
Extremadura	5	20	0	20	20	4,00	8,944
Galicia	5	11	0	11	17	3,40	4,506
Madrid	5	52	0	52	79	15,80	20,801
Murcia	5	27	0	27	28	5,60	11,971
Navarra	5	10	0	10	10	2,00	4,472
PaísVasco	5	10	0	10	23	4,60	4,450
Rioja	5	19	0	19	19	3,80	8,497
N válido (por lista)	5						

Fuente: Elaboración propia

¹ Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/local/castilla-la-mancha/20140120/54399340441/el-plan-extraordinario-de-creacion-de-empleo-de-albacete-llegara-a-mas-de-600-beneficiarios.html>

Los altos rangos y desviaciones estándar y los mínimos iguales a 0 muestran la gran discrepancia en el reparto de noticias por comunidades en función del periódico analizado. Solo la Comunidad Valenciana y las noticias nacionales aparecen en todos los periódicos estudiados. El mínimo de noticias nacionales que se recogen por periódico es 6 (en El Mundo), mientras que el máximo es 57, recogidas por La Vanguardia. La Comunidad Valenciana tiene representación en todos los periódicos, aunque en uno de ellos (La Razón) sólo hay una noticia de esta región.

Las desviaciones estándar son muy altas en todas las comunidades lo que indica que los datos están muy dispersos y no se agrupan en torno a la media, lo que muestra que hay una alta discrepancia entre la cantidad de noticias según la comunidad autónoma ofrecidas por cada periódico.

Se destaca también de este análisis cómo los periódicos nacionales no contemplaban ninguna noticia sobre las ciudades autónomas Ceuta y Melilla, por lo que éstas no tuvieron representación en el análisis por comunidades.

Tabla 5. Estadísticos descriptivos de las noticias por periódicos nacionales según su pertenencia a las Comunidades Autónomas

	N	Rango	Mínimo	Máximo
El País	18	12	0	12
El Mundo	18	19	0	19
La Vanguardia	18	48	9	57
ABC	18	19	0	19
La Razón	18	8	0	8
N válido (por lista)	18			

Fuente: Elaboración propia

La Vanguardia es el único periódico que incluye noticias referidas a mayores de 45 años y su situación laboral de todas las comunidades autónomas, como se aprecia en la Tabla 5. Esta tabla presenta los datos en función de los periódicos nacionales, siendo "N" el número de comunidades autónomas más las noticias nacionales (N=18). El mínimo de noticias de una comunidad que incluye La Vanguardia es 9 (de Cantabria), siendo el máximo 57 (noticias nacionales). El resto de diarios no ofrecen datos de todas las comunidades, centrandó su información sólo en algunas de ellas.

Análisis de las noticias en función del tema

Las noticias del desempleo de los mayores de 45 años se presentan en los periódicos enmarcadas en amplias áreas temáticas del interés del lector. A través de este análisis en el que se incluyen los siete periódicos con mayor tirada, se puede comprobar cuáles son los grandes temas en los que se engloban las noticias ofrecidas por los diarios. En este mismo análisis se contempla (a través de la variable dicotómica "iniciativa"), si la noticia informa de una propuesta de ayuda o de mejora de esta situación.

Tabla 6. Valor absoluto (VA) y porcentaje de noticias totales y de iniciativas por temas

Tema	Noticias		Noticias sobre Iniciativas (VA)	% Iniciativa
	VA	%		
Política	309	49,20	51	16,50
Economía	113	17,99	8	7,08
Sociedad	67	10,67	31	46,27
Estudios	113	17,99	0	0,00
Formación	26	4,14	17	65,38
TOTAL	628	100,00	107	17,04

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 6 muestra cómo el tema más común en el que se presentan las noticias de los mayores de 45 años en desempleo es "política". Es un asunto recurrente en campañas políticas y así lo muestran titulares como "El Govern asegura que 'los mayores de 45 años son un colectivo prioritario' en el Plan de Empleo" (El Mundo, 07/04/2014)²; o "González Tovar propone un Plan de Empleo especial para mayores de 45 años que son parados de larga duración" (La Vanguardia, 01/12/2014)³. También es utilizado como "arma arrojadiza" entre partidos de la oposición y del gobierno, como por ejemplo en la noticia "El PSOE-A reclama al Gobierno central un plan de empleo para mayores de 45 años" (La Vanguardia, 02/12/2014)⁴. Los siguientes temas más frecuentes que enmarcan las noticias del desempleo de los mayores de 45 años son "economía" y "estudios", con exactamente un el mismo número de noticias, concretamente 113, que suponen un 17,99% del total en cada caso.

Los temas que menor representación tienen son "sociedad" y "formación", con tan solo un 10,67% y un 4,14% respectivamente de noticias englobadas en estas temáticas. Sin embargo los datos se invierten al comprobar el porcentaje de iniciativas que se proponen en función de las temáticas que envuelven a la noticia. Y aun habiendo mayor número de noticias de política que proponen iniciativas y medidas (51 casos), estas suponen sólo el 16% de las noticias totales de política. El mayor porcentaje de iniciativas en función del número de noticias por tema pertenece al campo "formación". En esta temática el 65,38% de sus noticias se refieren a medidas de apoyo centradas en el marco formativo, como por ejemplo: "«Pígalión 2.0», un programa para desempleados con dificultades" (ABC, 21/11/2014)⁵. La temática "sociedad" también muestra un amplio porcentaje de noticias sobre iniciativas promovidas por asociaciones que ofrecen apoyo a las personas con dificultades de acceso laboral, tal es el caso de la

² Disponible en: <http://www.elmundo.es/baleares/2014/04/07/5342e93fca474185508b458b.html>

³ Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/local/2014/12/01/54420411704/gonzalez-tovar-propone-un-plan-de-empleo-especial-para-mayores-de-45-anos-que-son-parados-de-larga.html>

⁴ Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/local/sevilla/2014/12/02/54420451264/el-psoe-a-reclama-al-gobierno-central-un-plan-de-empleo-para-mayores-de-45-anos.html>

⁵ Disponible en: <http://www.abc.es/comunidad-castillalamancha/20141121/abcp-pigmalion-programa-para-desempleados-20141121.html>

noticia titulada "*La Asociación de Mayores Parados lanza la campaña 'No queremos más lunes al sol'*" (El Mundo, 29/06/2014)⁶.

Los temas "economía" y "estudios" son lo que menor número de iniciativas presentan. En concreto el tema "estudios", no incluye ninguna noticia sobre iniciativas y medidas contra el desempleo, pues muestra únicamente datos y cifras estadísticas y reflexiones sobre estas en sus noticias.

En general sólo el 17,04% de las noticias que hacen referencia a los mayores de 45 años en desempleo tratan sobre medidas y ayudas e iniciativas propuestas para atajar la situación. Si contrastamos los datos de iniciativas con el número de noticias que se dedican específicamente a los mayores de 45 años, que son sólo 115, obtenemos que tan sólo 36 noticias de iniciativas son específicas para mayores de 45 años, lo que supone un 31,30% de las iniciativas encontradas y tan sólo un 5,73% sobre el total de noticias analizadas en este estudio.

Discusión de resultados y conclusiones

A pesar de la fuerte repercusión mediática del desempleo, patente en el estudio de frecuencia de palabras en la prensa realizado por Caicedo, Gaviria & Moreno (2012), la escasez de noticias referidas a la unidad de contenido de este análisis muestra cómo el desempleo concretamente de los mayores de 45 años en la prensa queda relegado, adquiere roles secundarios en sus noticias y es obviado en muchas ocasiones. Esto está en contraposición con los resultados obtenidos por otros estudios que analizan la presencia y tratamiento de otras unidades de contenido en la prensa, tales como la gripe A (Perea & Hellín, 2013) o la inmigración (Igartua, Muñiz & Cheng, 2005), que tienen una representación claramente superior en las noticias de prensa y adquieren mayor énfasis social.

Existen pocas noticias que incluyan contenidos sobre el desempleo de estas personas, pero muchas menos que sean específicas y que traten la cuestión en profundidad. Menos de una quinta parte de las noticias son específicas de la temática. En el resto de noticias el desempleo en esta franja de edad tan solo se menciona como un tema más, asegurando que se tendrá en cuenta, que es prioritario; pero no se indican líneas de actuación, como muestran los bajos porcentajes de noticias sobre iniciativas y medidas de atención a esta situación. Esto se evidencia en el porcentaje inferior al 6% que representa las iniciativas específicas para mayores de 45 años que muestran los periódicos analizados.

Se observan grandes discrepancias entre el número de noticias sobre la unidad de contenido incluidas en cada periódico, coincidiendo con otros estudios sobre otros temas (Carrasco & Jivkova, 2014; Gómez, 2014; Repiso, Rodríguez-Pinto & García-García, 2013). Aunque la cobertura que se da al tema es mínima en todos ellos, no formando parte esta temática de la selección de contenidos preferentes de sus ediciones. No obstante, el desempleo de los mayores de 45 años tiene más representación en algunos de ellos, siendo La Vanguardia el diario que más noticias sobre el tema facilita en su edición digital. En cuanto a la cobertura del tema por Comunidades Autónomas existen algunas diferencias, siendo las noticias nacionales, las de la capital española y las andaluzas las más frecuentes, seguidas de cerca por de las Islas Baleares. De los datos se infiere que las iniciativas de acceso al empleo son propuestas principalmente a nivel comunitario, en lugar de a nivel estatal.

⁶ Disponible en: <http://www.elmundo.es/baleares/2014/06/29/53b02b5be2704e3e3a8b457d.html>

La escasa relevancia otorgada por los medios al desempleo en esta franja de edad hace adentrarse al binomio audiencia-prensa en un ciclo difícil de detener. La prensa no publica contenido sobre el tema, lo que deriva en que la audiencia no sitúe la problemática del desempleo en esta franja de edad entre las de mayor relevancia e interés social. A pesar de que el desempleo en general es una de las mayores inquietudes sociales (CIS, 2015), la mayoría de las miradas se dirigen a desempleados de otras franjas de edad (CIDEDEC, 2012), obviando a los mayores. La sociedad no demanda contenidos específicos sobre el desempleo de los mayores de 45 años, pues no suscita su interés ni preocupación, ya que no han sido publicados por los medios y por tanto, desconocen esta realidad. Los medios no publican nuevos contenidos, pues no son demandados por su público. Al contrario de las temáticas referidas en otros estudios, que al tener amplia representación en la agenda mediática de la prensa, condicionan las preocupaciones de los ciudadanos (Martínez, Juanatey & Costa, 2012). Este ciclo de difícil ruptura en ocasiones es rasgado por iniciativas ciudadanas y sociales que reivindican sus derechos y alzan la voz para ser escuchados, abriéndose hueco en las noticias de prensa, como se pone de manifiesto en otros estudios que muestran a los diarios como una vía de reivindicación (García-Arranz, 2014; Joven, 2011), aunque controlada por el discurso dominante.

Las primeras voces de los afectados comienzan a dejar huella en los discursos políticos y económicos, y algunos estudios estadísticos muestran la preocupante cifra de desempleo que afecta a este colectivo. Se trata de un tema claramente politizado, al igual que ocurre a temáticas abordadas en otros análisis periodísticos (Carratalá, 2013; Gómez, 2014; Mayorga, del Valle & Nitrihual, 2008; Morán & Aguirre, 2008), pues las noticias del desempleo de los mayores de 45 años tienden a enmarcarse en cuestiones políticas. Sin embargo existe una inversión entre hechos y palabras. Las noticias relacionadas con política, economía y estudios son las más frecuentes y tienen por tanto la mayor representación en la prensa, pero no por ello presentan mayor proporción de iniciativas de mejora para el acceso laboral de estas personas. Las mayores proporciones de propuestas e iniciativas las muestran las noticias sobre formación y sociedad.

Las líneas de acción futuras derivadas de este estudio son amplias. El análisis inicial efectuado para este artículo a partir del modelo de la Agenda Setting, sienta las bases para una posterior ampliación y profundización en los enfoques del discurso sobre el desempleo de los mayores de 45 años en la prensa. A través de la teoría del encuadre, y partiendo de los resultados y conclusiones extraídas de este primer análisis, se podrán definir los marcos asociados a fenómenos del desempleo indagando en su discurso y profundizando en el uso del lenguaje.

Referencias bibliográficas

AIMC (2015). *Resumen general de resultados EGM. Febrero a noviembre de 2014*. Recuperado el 3 de febrero de 2015. Disponible en: http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=2700&cle=1f6b921b96885ef680ea038a98081ef089ceb32b&file=pdf%2Fresumegm314.pdf.

Balle, F. (1991). *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios*. Santa Fe de Bogotá: Tercer Mundo Eds.

- Bendit, R., Hahn, M., & Miranda, A. (2008). *Los jóvenes y el futuro. Procesos de inclusión social y patrones de vulnerabilidad en un mundo globalizado*. Buenos Aires: Prometeo.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1967). *The Social construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*. New York: First Anchor Books.
- Blanch, J. M. (1990). *Del viejo al nuevo paro. Un análisis psicológico y social*. Barcelona: PPU.
- Bustamante, E. (2004). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Caicedo, J. M., Gaviria, A., & Moreno, J. (2012). Hechos y palabras: La realidad colombiana vista a través de la prensa escrita. *Revista de Economía Institucional*, 14(26), 137-168.
- Carrasco, A., & Jivkova, D. (2014). Encuadrar la crisis nuclear: el conflicto en la Península de Corea según la prensa británica y española. *Observatorio (OBS*) Journal*, 8(4), 119-132.
- Carratalá, A. (2013). La información ambiental en el espacio público de la prensa impresa. Un estudio longitudinal sobre su referente. *Observatorio (OBS*) Journal*, 7(1), 133-171.
- Castellanos, J. (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.
- Center for Internet Studies and Digital Life (2014). *Reuters Institute Digital News Report. España*. Navarra: School of Communication. Universidad de Navarra. Disponible en: <http://www.unav.edu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf>.
- CIDEA (2012). *Formación y Exclusión Social. Documento de Síntesis*. España: Fundación Tripartita para la formación en el empleo. Disponible en <http://www.sepe.es/LegislativaWeb/verFichero.do?fichero=09017edb8011f10c>.
- CIS (2015). *Barómetro de marzo 2015. Avance de resultados. Estudio nº 3057*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas. Disponible en: http://datos.cis.es/pdf/Es3057mar_A.pdf.
- Dubar, C. (2002). *La crisis de las identidades. La interpretación de una mutación*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- García-Arranz, A. M. (2014). La opinión publicada sobre el movimiento 15-M Un análisis empírico de los periódicos digitales españoles : elmundo . es , elpais . com y abc . es. *Palabra Clave*, 17(2), 320-352.
- Gómez, M. (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.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill. Interamericana Ediciones.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., & Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre. *Revista Migraciones*, 17, 143-181.
- INE (2015a). *Encuesta de población activa. Parados por grupo de edad, sexo y comunidad autónoma. Valores absolutos*. Recuperado el 1 de mayo de 2015. Disponible en: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4245>
- INE (2015b). *Resultados por comunidades autónomas. Población residente por fecha, sexo y edad*. Recuperado el 7 de mayo de 2015. Disponible en: <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=1813&capsel=1815>

- Izquierdo, T. (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.
- Joven, A. M. (2011). Búsqueda y reivindicación de una imagen social respetable. Artesanos, prensa y regeneración. *Ciencia política*, 11, 101-127.
- Krieg, P. (1998). Puntos ciegos y agujeros negros. Los medios como intermediarios de las realidades. En P. Watzlawick y P. Krieg (Eds.). *El ojo del observador. Contribuciones al constructivismo* (3ª ed.) (pp. 123-131). Barcelona: Gedisa.
- Kroll, L. E., & Lampert, T. (2011). Arbeitslosigkeit, soziale Unterstützung und gesundheitliche Beschwerden. *Deutsches Ärzteblatt*, 108(4), 47-52.
- Martínez, V. A., Juanatey, Ó., & Costa, C. (2012). Agenda setting y crisis económica: influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), 147-156. doi: 10.5209/rev_esMP.2012.v18.n1.39362.
- Mayorga, A. J., del Valle, C., & Nitrihual, L. (2008). Análisis complejo del discurso . Un estudio de la representación mediática en la prensa escrita. *Anagramas*, 7(13), 13-33.
- McCombs, M. (1997). Building Consensus: The News Media's Agenda-Setting Roles. *Political Communication*, 14, 433-443.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Mewes, R., Rief, W., Martin, A., Glaesmer, H., & Brähler, E. (2013). Arbeitsplatzunsicherheit vs. Arbeitslosigkeit: Trotz der Unterschiede im sozioökonomischen Status sind die Auswirkungen auf psychische Gesundheit und Inanspruchnahme von Gesundheitsleistungen ähnlich. *Psychother Psych Med*, 63, 138-144. doi: 10.1055/s-0032-1332981 .
- Morán, D., & Aguirre, I. M. (2008). La prensa y el discurso político en la historia peruana : Algunas consideraciones teóricas y metodológicas. *Investigaciones Sociales. Año XII*, 20, 229-248.
- Mosco, V. (2006). La economía política de la comunicación: una actualización diez años después. *Cuadernos de información y comunicación*, 11, 57-59.
- Mosco, V.(2011). La economía política de la comunicación: una tradición viva. En L. Albornoz (Ed.). *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (pp. 15-50). Buenos Aires: Paidós.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- OJD (2015). *Medios controlados. Diarios*. Recuperado el 3 de febrero de 2015. Disponible en: <http://www.introl.es/medios-controlados/>
- Perea, A., & Hellín, P. A. (2013). Estudio de la comunicación de lobby en el caso de la gripe A. Persuasión en la prensa escrita española. *Anagramas*, 11(22), 53-78.
- Repiso, R., Rodríguez-Pinto, M. A., & García-García, F. (2013). Posicionamiento y agrupación de la prensa española : Análisis de contenido de las noticias generadas en la Jornada Mundial de la Juventud 2011. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), 1091-1106. doi: 10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43490.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Universidad de Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Sádaba, M. T. (2001). Origen, aplicación y límites de la Teoría del Encuadre (Framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad, XIV(2)*, 143-175.

Sánchez Ruiz, E. (1992). *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.

Searle, J. R. (1995). *The construction of Social Reality*. London: Penguin Books.

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the construction of reality*. New York: Free Press.

Date of submission: May 15, 2015

Date of acceptance: September 10, 2015