

La comunicación 2.0 de las políticas orientadas a mayores en los ayuntamientos españoles

Concepción CAMPILLO ALHAMA
Universidad de Alicante (UA)
concepcion.campillo@ua.es

Irene RAMOS-SOLER
Universidad de Alicante (UA)
Irene.Ramos@ua.es

Recibido: 24/10/2012

Aceptado: 23/01/2013

Resumen

El presente trabajo analiza la integración de los medios sociales en las estrategias de comunicación de las políticas sectoriales para personas mayores desarrolladas por los ayuntamientos españoles. A través de una aproximación a estas políticas como comunicación de proximidad de los entes locales, se analiza su presencia en la web y el uso de recursos 2.0 en los procesos comunicativo-relacionales orientados a los ciudadanos mayores. Los resultados muestran la existencia de un amplio abanico de políticas dirigidas al público senior, cuyo grado de visibilidad y difusión a través de las webs sociales de las instituciones municipales es muy heterogéneo.

Palabras Clave: comunicación 2.0, ayuntamiento, mayores, políticas, redes sociales

Communication 2.0 of Policies for the elderly in the Spanish Councils

Abstract

This paper analyzes the integration of social media in communication strategies of sectoral policies for elderly in Spanish councils. Through an approach to these policies as communication local of proximity, analyzes their presence in the social media and the usage of 2.0 resources in communicative-relational processes oriented to senior citizens. The results show the existence of a wide range of public policies aimed at senior, whose degree of visibility and diffusion through the social web of local institutions is very heterogeneous.

Keywords: 2.0 Communication, city council, elderly, political, social networks.

Referencia normalizada

CAMPILLO ALHAMA, Concepción y RAMOS-SOLER, Irene (2013): "La comunicación 2.0 de las políticas orientadas a mayores en los ayuntamientos españoles". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 19, Núm. especial abril, págs.: 661-670. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Sumario: 1. Introducción; 2. Metodología; 3. Resultados; 4. Conclusiones; 5. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

El origen de las políticas sectoriales para las personas mayores en España se sitúa a mediados de los setenta, cuando comienza a instaurarse un sistema público de servicios sociales y se aprueba el Plan Nacional de la Seguridad Social de asistencia a ancianos, con acciones centradas en la asistencia geriátrica y sociosanitaria (IMSERSO, 2005).

Sin embargo, no es hasta principios de la década de los 90, cuando se da la primera respuesta global e integral de política social dirigida a las personas mayores a través del Plan Gerontológico de 1992 (IMSERSO, 2003). Este plan que se estructuró en

cinco áreas de actuación (pensiones, salud y asistencia sanitaria, servicios sociales, cultura y ocio y participación) ha condicionado el diseño de posteriores planificaciones en materia de vejez debido a su carácter integral e innovador. Sin embargo, su reducida dotación presupuestaria y las dificultades en el proceso de descentralización de las competencias en la gestión de los servicios sociales tuvieron como consecuencia un grado de ejecución del plan bastante escaso (IMSERSO, 2005).

Tomando como referente el Plan Gerontológico del año 1992, el Consejo de Ministros de 29 de agosto de 2003 aprobó el Plan de Acción para las Personas Mayores 2003-2007, cuyo objetivo era mejorar las condiciones y la calidad de vida de dicho colectivo, articulando la política social del Estado con la de las Comunidades Autónomas y las Corporaciones Locales.

Desde entonces, y hasta el momento actual, las Comunidades Autónomas, en el desarrollo de las Leyes Orgánicas por las que se aprueban sus estatutos de autonomía, y con la colaboración en distintos ámbitos de las Corporaciones Locales, han ido desarrollando políticas sectoriales en materia de servicios sociales, dirigidas a satisfacer las necesidades de la población mayor (IMSERSO, 2009, 2011).

El envejecimiento demográfico se ha convertido en un rasgo característico de nuestra sociedad. Académicos e investigadores estudian desde hace años este giro demográfico hacia la madurez y ancianidad de la población analizando, entre otros aspectos, las posibles consecuencias de la progresiva incorporación de la población a la tercera edad y el cambio cualitativo experimentado en este grupo demográfico respecto a hábitos de consumo, estilos de vida y condiciones socioeconómicas, físicas y psicológicas (Kohlbacher y Herstatt, 2008; Thornill y Martin, 2007; Furlong, M. 2007; Ramos-Soler, 2007). La celebración en el año 2012 del Año Europeo del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad Intergeneracional es un elemento destacado del programa previsto por la Unión Europea para el periodo 2011-2014, en el que se pretende orientar al envejecimiento activo todos los programas y políticas de los estados miembros e interlocutores regionales, locales y sociales (Carretón y Ramos-Soler, 2012).

En el estudio publicado por la Fundación Vodafone España en 2010 se afirma que: tanto en España como en el conjunto de Europa, existe una importante fractura digital en lo que se refiere al uso de las TICs entre las personas mayores. Según esta investigación, los mayores piensan que las nuevas tecnologías mejoran su autonomía, conexión y comunicación con el entorno que les rodea: “de esta manera, internet y la web 2.0, como agentes socializadores, facilitan la integración de los mayores en una sociedad impregnada por la tecnología y les hace, a la vez, partícipes de ella” (Carretón y Ramos-Soler, 2011: 404).

En este contexto, las nuevas tecnologías y los recursos 2.0 emergen en la web social de los ayuntamientos para desarrollar procesos de interacción comunicativa y relacional (Campillo, 2011). En consecuencia, la incorporación de los medios sociales en las estrategias de comunicación relacional 2.0 para la difusión y visualización de las políticas y acciones dirigidas a los ciudadanos mayores constituye un objeto de investigación relevante, en aras a incrementar la eficacia gestora de los dirigentes político-administrativos y técnicos que asumen la responsabilidad directa de la planificación y ejecución de tales políticas sectoriales.

2. Metodología

A través de este estudio, pretendemos, en primer lugar, analizar la visibilidad de las políticas para mayores de los ayuntamientos españoles como comunicación de proximidad: en segundo lugar, nuestra intención es constatar la implementación de recursos tecnológicos en estos nuevos procesos comunicativos y relaciones orientados a los mayores.

En esta propuesta, se analiza la integración de los medios sociales en las estrategias de comunicación y relación *on-line* de las políticas sectoriales para personas mayores, desarrolladas por los ayuntamientos españoles que se rigen por la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local. Mediante la metodología del análisis de contenido, se realizará un estudio descriptivo y exploratorio a partir de las webs de 39 municipios españoles.

Se detallan a continuación: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Málaga, Murcia, Palma de Mallorca, Las Palmas de Gran Canaria, Bilbao, Alicante, Córdoba, Valladolid, Vigo, Gijón, Hospitalet de Llobregat, La Coruña, Granada, Vitoria, Elche, Oviedo, Santa Cruz de Tenerife, Badalona, Cartagena, Jerez de la Frontera, Alcalá de Henares, Fuenlabrada, Pamplona, Almería, San Sebastián, Santander, Castellón de la Plana, Burgos, Logroño, Santiago de Compostela, Toledo, Ceuta, Melilla y Mérida.

Se articulan tres libros de códigos con el objeto de identificar los valores principales susceptibles de ser analizados para las variables dependientes: desarrollo de políticas orientadas a mayores, redes sociales-plataformas 2.0 y tecnología multimedia.

En cuanto a las políticas dirigidas a la población senior se identifican los siguientes temas:

- » Envejecimiento activo (ejercicio al aire libre, fisioterapia preventiva, convivencia intergeneracional, voluntariado cultural, voluntariado social).
- » Instalaciones/ Infraestructuras (Centros para Mayores).
- » Programas y servicios (teleasistencia, ayuda a domicilio, respiro familiar, podología, acompañamiento a domicilio, acogida en residencias, estancias temporales en residencias, acogida de urgencia, comidas en compañía).
- » Participación directa en actividades artísticas y recreativas (teatro/ creatividad).
- » Encuentros, jornadas, congresos sobre mayores.
- » Planes educativos y formación (educación sanitaria, medioambiental, vial, idiomas).
- » Beneficios/ descuentos/ subvenciones/ ayudas económicas/ tarjetas.
- » Asociacionismo.
- » Oferta de programas y actividades socio-culturales, ocio y tiempo libre (visitas culturales, conferencias, talleres, cursos, fiestas y conmemoraciones, salidas y excursiones).
- » Consejos sectoriales de mayores/participación ciudadana.
- » Información y servicios generales (transporte urbano, prensa diaria, cita sanitaria).
- » Oficina Municipal de Atención a las Personas Mayores (OMAM).
- » Planes estratégicos sectoriales/ Proyecto "Red de ciudades amigables con las personas mayores".

- » Formación en nuevas tecnologías
- » Otros

Se codifican las siguientes redes sociales y herramientas de difusión 2.0:

- | | | |
|------------|--------------|--------------------|
| » Facebook | » Pinterest, | » Canal youtube |
| » Twitter | » Google+ | » Vimeo |
| » LinkedIn | » Picassa | » Widgets sociales |
| » Flickr | » Blogs | » Otros |

La tecnología multimedia en la web social se ha clasificado según los siguientes elementos:

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| » Podcast | » Emisora de radio digital |
| » Sindicación de contenidos | » Videos |
| » Televisión digital | » Otros |

Mediante el diseño de tres matrices, elaboradas a partir de los códigos anteriores y los municipios analizados, podemos establecer interrelaciones precisas que nos permiten observar, en primer lugar, si los temas o asuntos relacionados con las políticas sectoriales de mayores como primera variable dependiente, aparecen de forma recurrente en las páginas webs de los ayuntamientos seleccionados como objeto de estudio; en segundo lugar, nos interesa comprobar si existe relación entre la mayor o menor visibilidad de los temas que aparecen en las webs sociales de las instituciones municipales, con la integración en ellas de redes sociales y plataformas 2.0, como segunda variable dependiente o, por el contrario, no existen dependencias significativas; la presencia o ausencia de tecnología multimedia representa la tercera variable a analizar.

3. Resultados

En una primera matriz (tabla nº 1), se refleja qué temas o asuntos relacionados con el desarrollo de las políticas sectoriales analizadas aparecen de forma recurrente en la mayoría de las webs sociales de los ayuntamientos que se rigen por la Ley de Grandes Municipios. Con estos resultados, podemos observar cuáles son los aspectos que podrían ser reforzados o mostrarse mucho más visibles en las webs de las unidades que gestionan estos servicios.

Tabla nº 1. Políticas para mayores en la web social de los ayuntamientos. Elaboración propia.

| | ENV | INS | PRO | ART | ENC | EDU | BEN | ASO | CUL | GON | INF | OMA | PLA | TEC | OTR |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 MADRID | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 BARCELONA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 VALENCIA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 SEVILLA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 ZARAGOZA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 MÁLAGA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 MURCIA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 P. DE MALLORCA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 LAS PALMAS G.C. | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 BILBAO | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 ALICANTE | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 CORDOBA | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 VALLADOLID | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 VIGO | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 GIJÓN | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 HOSPITALET LL. | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 LA CORUÑA | | | | | | | | | | | | | | | |

se refleja un índice elevado de diferentes acciones, actividades, programas y planes, asumidos por los entes locales ya sea a través de estructuras centralizadas o descentralizadas.

Por otra parte, nos encontramos con que, sin embargo, otras administraciones municipales visibilizan de forma más escasa o incluso nula, cuál es su planteamiento estratégico para desarrollar políticas orientadas a mayores, ya que se manifiesta una escasa presencia de contenidos relacionados con el ámbito que estamos analizando. Para poder agrupar en diferentes categorías la presencia o ausencia de ítems sobre políticas de población mayor en las webs sociales municipales, se propone la siguiente tipología: categoría A (valores entre 15 y 10); categoría B (valores entre 9 y 5); categoría C (valores entre 4 y 0).

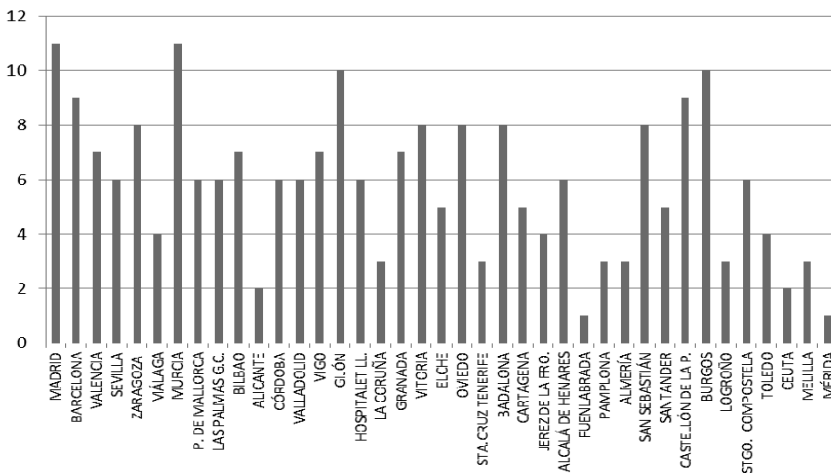


Gráfico nº 1. Visibilidad de políticas sectoriales para mayores en la web social de los ayuntamientos. Elaboración propia

Siguiendo la tipología anterior, dentro de la categoría A, podemos clasificar a los siguientes ayuntamientos: Madrid, Murcia, Gijón y Burgos.

En la categoría B, se sitúan: Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Palma de Mallorca, Las Palmas de Gran Canaria, Bilbao, Córdoba, Valladolid, Vigo, Hospitalet de Llobregat, Granada, Vitoria, Elche, Oviedo, Badalona, Cartagena, Alcalá de Henares, San Sebastián, Santander, Castellón de la Plana y Santiago de Compostela.

Por último, pertenecerían a la categoría C, los ayuntamientos de Málaga, Alicante, La Coruña, Santa Cruz de Tenerife, Jerez de la Frontera, Fuenlabrada, Pamplona, Almería, Logroño, Toledo, Ceuta, Melilla y Mérida.

En consecuencia, se observa que solamente el 10,2% de los ayuntamientos muestran de forma muy destacada los contenidos orientados a las personas mayores como segmento poblacional (categoría A); el 56,4% lo hacen de forma notable (categoría B), mientras que el 33,4% (categoría C) no cumplen los requisitos mínimos que hemos establecido como contenidos suficientes.

Nuestro segundo análisis se refiere a la presencia de redes sociales, plataformas 2.0

y tecnología multimedia en las webs sociales de los departamentos o unidades administrativas que gestionan las políticas dirigidas a mayores.

Tabla nº 2. Redes y medios de comunicación 2.0 en los ayuntamientos para la interacción comunicativa-relacional con las personas mayores

| | | Facebook | Twitter | Linkedin | Flicker | Pinterest | Google+ | Picassa | Blog | Youtube | Vimeo | Widgets | Otr |
|----|------------------|----------|---------|----------|---------|-----------|---------|---------|------|---------|-------|---------|-----|
| 1 | MADRID | | | | | | | | | | | | |
| 2 | BARCELONA | | | | | | | | | | | | |
| 3 | VALENCIA | | | | | | | | | | | | |
| 4 | SEVILLA | | | | | | | | | | | | |
| 5 | ZARAGOZA | | | | | | | | | | | | |
| 6 | MALAGA | | | | | | | | | | | | |
| 7 | MURCIA | | | | | | | | | | | | |
| 8 | P. DE MALLORCA | | | | | | | | | | | | |
| 9 | LAS PALMAS G.C. | | | | | | | | | | | | |
| 10 | BILBAO | | | | | | | | | | | | |
| 11 | ALICANTE | | | | | | | | | | | | |
| 12 | CORDOBA | | | | | | | | | | | | |
| 13 | VALLADOLID | | | | | | | | | | | | |
| 14 | VIGO | | | | | | | | | | | | |
| 15 | GIJÓN | | | | | | | | | | | | |
| 16 | HOSPITALET LL. | | | | | | | | | | | | |
| 17 | LA CORUÑA | | | | | | | | | | | | |
| 18 | GRANADA | | | | | | | | | | | | |
| 19 | VITORIA | | | | | | | | | | | | |
| 20 | ELCHE | | | | | | | | | | | | |
| 21 | OVIEDO | | | | | | | | | | | | |
| 22 | STA.CRUZ T. | | | | | | | | | | | | |
| 23 | BADALONA | | | | | | | | | | | | |
| 24 | CARTAGENA | | | | | | | | | | | | |
| 25 | JEREZ DE LA FRO. | | | | | | | | | | | | |
| 26 | ALCALÁ DE H. | | | | | | | | | | | | |
| 27 | FUENLABRADA | | | | | | | | | | | | |
| 28 | PAMPLONA | | | | | | | | | | | | |
| 29 | ALMERÍA | | | | | | | | | | | | |
| 30 | SAN SEBASTIÁN | | | | | | | | | | | | |
| 31 | SANTANDER | | | | | | | | | | | | |
| 32 | CASTELLON | | | | | | | | | | | | |
| 33 | BURGOS | | | | | | | | | | | | |
| 34 | LOGRONO | | | | | | | | | | | | |
| 35 | SANTIAGO C. | | | | | | | | | | | | |
| 36 | TOLEDO | | | | | | | | | | | | |
| 37 | CEUTA | | | | | | | | | | | | |
| 38 | MELILLA | | | | | | | | | | | | |
| 39 | MÉRIDA | | | | | | | | | | | | |

Tabla nº 3. Tecnología multimedia para mayores en la web social municipal

| | | PODCAST | SINDICACIÓN DE CONTENIDOS | TELEVISION DIGITAL | RADIO DIGITAL | VIDEOS | OTROS |
|----|------------------|---------|---------------------------|--------------------|---------------|--------|-------|
| 1 | MADRID | | | | | | |
| 2 | BARCELONA | | | | | | |
| 3 | VALENCIA | | | | | | |
| 4 | SEVILLA | | | | | | |
| 5 | ZARAGOZA | | | | | | |
| 6 | MALAGA | | | | | | |
| 7 | MURCIA | | | | | | |
| 8 | P. DE MALLORCA | | | | | | |
| 9 | LAS PALMAS G.C. | | | | | | |
| 10 | BILBAO | | | | | | |
| 11 | ALICANTE | | | | | | |
| 12 | CORDOBA | | | | | | |
| 13 | VALLADOLID | | | | | | |
| 14 | VIGO | | | | | | |
| 15 | GIJÓN | | | | | | |
| 16 | HOSPITALET LL. | | | | | | |
| 17 | LA CORUÑA | | | | | | |
| 18 | GRANADA | | | | | | |
| 19 | VITORIA | | | | | | |
| 20 | ELCHE | | | | | | |
| 21 | OVIEDO | | | | | | |
| 22 | STA.CRUZ T. | | | | | | |
| 23 | BADALONA | | | | | | |
| 24 | CARTAGENA | | | | | | |
| 25 | JEREZ DE LA FRO. | | | | | | |
| 26 | ALCALÁ DE H. | | | | | | |
| 27 | FUENLABRADA | | | | | | |
| 28 | PAMPLONA | | | | | | |

| | | | | | | | |
|----|---------------|--|--|--|--|--|--|
| 29 | ALMERIA | | | | | | |
| 30 | SAN SEBASTIAN | | | | | | |
| 31 | SANTANDER | | | | | | |
| 32 | CASTELLÓN | | | | | | |
| 33 | BURGOS | | | | | | |
| 34 | LOGRONO | | | | | | |
| 35 | SANTIAGO C. | | | | | | |
| 36 | TOLEDO | | | | | | |
| 37 | CEUTA | | | | | | |
| 38 | MELILLA | | | | | | |
| 39 | MÉRIDA | | | | | | |

A partir de las matrices de las tablas nº 2 y 3, se obtiene el siguiente gráfico:

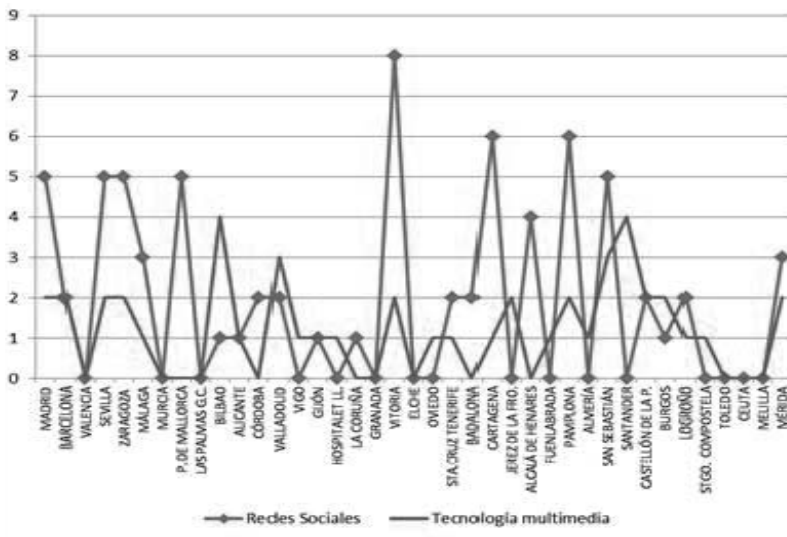


Gráfico nº 2. Redes sociales y tecnología multimedia en la difusión de políticas sectoriales para mayores en la web social de los ayuntamientos

Se constata que tan sólo el 7,7 % de los ayuntamientos analizados (categoría A: valores entre 12 y 6) posee un grado muy elevado de implementación de redes sociales y plataformas 2.0 al servicio de la difusión de las políticas sectoriales de juventud: concretamente Vitoria, Pamplona y Cartagena. El 38,5% (categoría B: valores entre 5 y 2) se corresponde con las entidades locales que utilizan de forma sistemática estas herramientas, mientras que más de la mitad de los entes locales (con un 53,8%), en la categoría C (valores entre 1 y 0) todavía no ha acudido a los recursos que ofrece la web social para dinamizar y potenciar la difusión de los contenidos orientados a la ciudadanía mayor. Podemos afirmar, por tanto, que sólo el 46,2% de las administraciones municipales que se rigen por la Ley de Grandes Municipios ya han implementado de forma regular y sistematizada el usos de redes y plataformas sociales en los procesos comunicativos y relacionales sobre políticas de mayores.

4. Conclusiones

Los actuales procesos comunicativos y relacionales que desarrollan las instituciones locales se basan en novedosos canales informativos de distribución multidireccional en los que resulta necesario contar con la participación activa de los ciudadanos.

Por una parte, la revisión periódica de los planes sectoriales permitirá una adecuación pertinente de las políticas orientadas a mayores, que son necesarias para la atención y ocupación de este colectivo; por otra, y para reforzar las estrategias de comunicación *off-line*, la implementación eficaz de los medios sociales en el diseño de la estrategia de comunicación *on-line* de los planes sectoriales y todas las iniciativas y proyectos generados a través de éste, favorecerá, sin duda, una gestión automatizada, una promoción eficiente, una mayor participación social y la generación de valor, por extensión, hacia los ayuntamientos como organizaciones de proximidad.

Tras el estudio que hemos efectuado, creemos que resultaría sumamente pertinente que algunas de las instituciones locales analizadas se replanteen su estrategia de difusión *on-line* para el colectivo de personas mayores.

Por otra parte, hemos podido verificar que no existe relación entre el grado de implementación de las redes sociales y plataformas 2.0 en las webs sociales de los ayuntamientos con la mayor o menor presencia de asuntos vinculados a dichas políticas.

Consideramos que de la misma forma que en el ámbito empresarial se ha implementado la figura del community manager para gestionar la reputación *on-line* de las marcas, este rol profesional emergente en la administración pública municipal, por analogía, también puede aportar un importante valor añadido a las instituciones locales.

Los entornos colaborativos 2.0 permiten establecer canales de contacto directo, fomentar la difusión y la viralidad de la información; circunstancia que va a exigir un nuevo perfil para los gestores públicos vinculados a las políticas estratégicas sobre mayores.

En este contexto, se aventura un futuro sumamente interesante para la gestión de la comunicativa-relacional orientada a los mayores por parte de las organizaciones municipales, ya que a sus estrategias *offline* se irán incorporando progresivamente otras estrategias *online* que pueden contribuir sustancialmente a la consolidación de su reputación como organizaciones jurídicas de los municipios.

5. Referencias bibliográficas

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE): *Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de medidas para la modernización del gobierno local*. BOE, núm. 301, 17 de diciembre de 2003, pp. 44771- 44791. Madrid

CAMPILLO, Concepción (2011): *Comunicación pública y gestión estratégica municipal. Un estudio exploratorio sobre la agenda temática*. "Colección Premios Blas Infante 2010". Sevilla, Instituto Andaluz de Hacienda y Administración Pública.

CARRETÓN, M^a Carmen. y RAMOS-SOLER, Irene (2011): "Redes Sociales para mayores y/o mayores en las redes sociales". *Icono 14* (A6), Madrid, Asociación Científica Icono 14, pp. 395-415.

CARRETÓN, M^a Carmen. y RAMOS-SOLER, Irene (2012): "Las tics en la comunicación con personas mayores: la conducta empresarial y el modelo bidireccional de Motivación Mixta". *Tripodos* [Extra], en ORDEIX, E. y ROM, J. (eds.). Barcelona, pp. 519-535.

- FUNDACIÓN VODAFONE ESPAÑA (2010): “Los mayores ante las TIC. Accesibilidad y asequibilidad”, en: http://fundacion.vodafone.es/static/fichero/pro_ucm_mgmt_010759.pdf. [Fecha de consulta el 20 de julio de 2012]
- FURLONG, Mary (2007): *Turning silver into gold*. New Jersey (EEUU), Press Financial Times.
- IMERSO (2003): *Plan de Acción para las Personas Mayores 2003-2007*. Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- IMERSO (2005): *Libro Blanco de Atención a las personas en situación de dependencia en España*. Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- IMERSO (2009): *Guía de prestaciones para personas mayores, personas con discapacidad y personas en situación de dependencia. Recursos Estatales y Autonómicos*. Madrid, Ministerio de Sanidad y Política Social.
- IMERSO (2011): *Libro Blanco sobre el Envejecimiento Activo*. Madrid, Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.
- KOHLBACHER, Florian. y HERSTATT, Cornelius (2008): *The silver market phenomenon*. Berlin (Germany), Springer.
- RAMOS-SOLER, Irene. (2007): *El estilo de vida de los mayores y la publicidad. Colección Premio de Ciencias Sociales “Dr. Rogeli Duocastella”*. Barcelona, Fundación La Caixa.
- THORNHILL, Matt y MARTIN, John, (2007): *Boomer Consumer*. Great Falls Virginia (EEUU), A LINX Book.

Concepción CAMPILLO ALHAMA

Universidad de Alicante

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Dpto. Comunicación y Psicología Social.

Profesora Contratada Doctora

concepcion.campillo@ua.es

Irene RAMOS-SOLER

Universidad de Alicante

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Dpto. Comunicación y Psicología Social.

Profesora Contratada Doctora

Directora del Grupo de Investigación “Comunicación y Públicos específicos”

Irene.Ramos@ua.es