



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

**MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN, MENCIÓN
INVESTIGACIÓN Y CULTURA DIGITAL**

Competencias digitales en el adulto mayor:
Una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización
mediática en la provincia de Loja.

Autor (a): Loaiza Lima, Eduardo Vicente

Director (a): Velásquez Benavides, Andrea Victoria

LOJA - ECUADOR

2020



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NC-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2020

Aprobación del director del trabajo de titulación

Loja, 17, de agosto, de 2020

PhD.

Abel Romeo Suing Ruiz.

Coordinador(a) de la maestría en Comunicación, mención en Investigación y Cultura digital

Loja.-

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación denominado: Competencias digitales en el adulto mayor: una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja, realizado por Eduardo Vicente Loiza Lima, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo. Así mismo, doy fe que dicho trabajo de titulación ha sido revisado por la herramienta antiplagio institucional.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Andrea Victoria Velásquez Benavides.

C.I:

Declaración de autoría y cesión de derechos

“Yo, Loaiza Lima Eduardo Vicente, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:
Ser autor(a) del Trabajo de Titulación denominado: Competencias digitales en el adulto mayor. Una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja, de la maestría en Comunicación, mención en investigación y cultura digital, específicamente de los contenidos comprendidos en: Introducción, Capítulo 1. Competencias digitales, su entorno e importancia, Capítulo 2. Los adultos mayores en una sociedad globalizada, Capítulo 3. Políticas y alfabetización en la provincia de Loja, Capítulo 4. La sociedad de la información y los adultos mayores, Capítulo 5. Los adultos mayores como audiencia, Capítulo 6, Desarrollo autónomo del adulto mayor, Capítulo 7- Habilidades mediáticas en adultos mayores, Capítulo 8. Competencias mediáticas, el nuevo reto de la educación, Capítulo 9. Metodología, Capítulo 10. Resultados, Capítulo 11. Entrevistas a expertos, Capítulo 12. Despeje de hipótesis, Conclusiones y Recomendaciones, siendo Andrea Victoria Velásquez Benavides, director (a) del presente trabajo; y, en tal virtud, eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, con relación a la propiedad intelectual. Además, ratifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de mi exclusiva responsabilidad.

Que mi obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Autorizo a la Universidad Técnica Particular de Loja para que pueda hacer uso de mi obra con fines netamente académicos, ya sea de forma impresa, digital y/o electrónica o por cualquier medio conocido o por conocerse, sirviendo el presente instrumento como la fe de

mi completo consentimiento; y, para que sea ingresada al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Autor: Loaiza Lima Eduardo Vicente

C.I.: 1104218563

Dedicatoria

A mi madre, Vicenta Lima, por su amor y apoyo incondicional. Le pido a Dios te conceda salud y mucha felicidad, para que nos siga acompañando y siendo el centro de nuestra familia.

A la memoria de mi padre, Manuel Loaiza, cuyo ejemplo permanece intacto en nuestros corazones.

A mis hijos, Evelyn, Madeleine y Juanito, este triunfo es de ustedes. A mis angelitos, los que no vieron la luz, pero que siempre me cuidan desde el cielo, los llevo en lo más profundo de mi alma.

Eduardo.

Agradecimiento

Primeramente, a Dios por haberme dado la fortaleza para superar los obstáculos que se han presentado. A mi Padre que me inculcó el valor del respeto y que desde el cielo guía mis pasos. A mi Madre, que tengo la bendición de tenerla a mi lado y que se ha convertido en mi respaldo y fortaleza.

Con mucho afecto a Diario La Hora, que fue la empresa que me permitió vincularme con la oportunidad de seguirme formando académicamente. Con inmensa gratitud a la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), noble institución que nos abrió sus puertas y con gran calidad nos permite alcanzar el desarrollo profesional.

A la doctora, Andrea Velásquez, destacada profesional lojana, quien ha sabido guiar mis pasos e impartir sus conocimientos para desarrollar mi tesis. De la misma manera, mi sentimiento de gratitud a todos los maestros que compartieron con nosotros sus conocimientos en las aulas de la UTPL y a los directivos de tan noble institución que siempre estuvieron pendientes de nuestros avances.

A ese grupo de personas maravillosas que son mis compañeros de la Maestría, con quienes hemos compartido momentos inolvidables. Conformamos una verdadera familia, me llevo los mejores recuerdos de ustedes y sepan que cuentan conmigo para siempre.

A las queridas instituciones en las que laboré y que me brindaron sus facilidades para poder estudiar. Municipios de Celica, Olmedo, a mi querida Radio Estéreo Macará y al Instituto Superior Tecnológico Cariamanga, Dios les pague por su bondad.

Fraternalmente,

Eduardo Vicente Loaiza Lima.

Índice de contenidos

Aprobación del director del trabajo de titulación	II
Declaración de autoría y cesión de derechos	III
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice de contenidos	VII
Índice de tablas	XI
Índice de figuras	XII
Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
Capítulo uno	5
Competencias digitales, su entorno e importancia	5
1.1 Competencia digital o mediática	5
1.2 Analfabetismo digital	9
1.3 La brecha digital	12
1.4 Inmigrantes digitales	16
1.5 Boomers, Millennials y otras generaciones	19
1.5.1 Boomers	20
1.5.2 Generación X	22
1.5.3 Millennials	23
1.5.4 Centenials	24
1.6 El acceso a las tecnologías en Ecuador	26
Capítulo dos	29
Los adultos mayores en una sociedad globalizada	29
1.7 Características de los adultos mayores	29
1.8 La globalización y el adulto mayor	30
1.9 La calidad de vida en los adultos mayores y el uso de las TIC	31
1.10 Medios de comunicación	33

Capítulo tres.....	37
Políticas y alfabetización en la provincia de Loja.....	37
2.1 Políticas públicas.....	37
2.2 Procesos educativos.....	39
2.3 Educomunicación.....	41
2.4 Alfabetización mediática en la provincia de Loja.....	44
Capítulo cuatro.....	47
La sociedad de la información y los adultos mayores.....	47
3.1 La sociedad de la información.....	47
3.2 Consumidores de productos digitales.....	49
Capítulo cinco.....	51
Los adultos mayores como audiencia.....	51
4.1 Las nuevas audiencias.....	51
4.2 Adultos prefieren la TV.....	52
4.3 Formación y autonomía de la audiencia.....	53
Capítulo seis.....	56
Desarrollo autónomo del adulto mayor.....	56
5.1 Enfoque social.....	56
5.2 La personalidad y calidad de vida.....	57
5.3 La conciencia crítica.....	59
Capítulo siete.....	61
Habilidades mediáticas en adultos mayores.....	61
6.1 Limitaciones de adultos mayores.....	61
6.2 Destrezas y habilidades de los adultos mayores.....	62
6.3 Competencias mediáticas en adultos mayores de Ecuador.....	64
Capítulo ocho.....	67
Competencias mediáticas, el nuevo reto de la educación.....	67
7.1 Importancia y dimensión de las TIC.....	67
7.2 Educación virtual.....	69

7.3	Redes sociales y educación	70
	Capítulo nueve.....	73
	Metodología	73
8.1	Contexto de la investigación	73
8.2	Hipótesis.....	73
8.3	Preguntas de investigación.....	74
8.4	Objetivos de la Investigación	74
8.5	Metodología empleada.....	75
8.6	Metodología cualitativa	76
8.6.1	<i>Revisión bibliográfica</i>	77
8.6.2	<i>Grupos focales</i>	77
8.6.3	<i>Entrevistas a expertos</i>	79
8.7	Metodología cuantitativa	79
8.7.1	<i>La encuesta</i>	79
8.8	Muestra.....	81
	Capítulo diez	84
	Resultados y Discusión	84
9.1	Resultados de encuesta sobre competencias digitales en adultos mayores	84
9.2	Entrevistas a expertos.....	150
	Capítulo once.....	165
	Despeje de hipótesis	165
10.1	Hipótesis 1	165
10.2	Hipótesis 2	166
10.3	Hipótesis 3	166
10.4	Hipótesis 4	167
10.5	Hipótesis 5:	167
	Conclusiones.....	169
	Recomendaciones	173
	Referencias	175

Apéndice190

Índice de tablas

Tabla 1	25
Tabla 2	82
Tabla 3	82
Tabla 4	83
Tabla 5	150
Tabla 6	152
Tabla 7	154
Tabla 8	156
Tabla 9	157
Tabla 10	158
Tabla 11	160
Tabla 12	161

Índice de figuras

Figura 1	27
Figura 2	27
Figura 3	67
Figura 4	76
Figura 5	84
Figura 6	85
Figura 7	86
Figura 8	86
Figura 9	87
Figura 10	88
Figura 11	89
Figura 12	90
Figura 13	91
Figura 14	92
Figura 15	93
Figura 16	94
Figura 17	95
Figura 18	96
Figura 19	97
Figura 20	98
Figura 21	99
Figura 22	100
Figura 23	101
Figura 24	102
Figura 25	103
Figura 26	104
Figura 27	105

Figura 28.....	106
Figura 29.....	107
Figura 30.....	108
Figura 31.....	109
Figura 32.....	110
Figura 33.....	111
Figura 34.....	112
Figura 35.....	113
Figura 36.....	114
Figura 37.....	115
Figura 38.....	116
Figura 39.....	117
Figura 40.....	118
Figura 41.....	119
Figura 42.....	120
Figura 43.....	121
Figura 44.....	122
Figura 45.....	123
Figura 46.....	124
Figura 47.....	125
Figura 48.....	126
Figura 49.....	127
Figura 50.....	128
Figura 51.....	129
Figura 52.....	130
Figura 53.....	131
Figura 54.....	132
Figura 55.....	133

Figura 56	134
Figura 57	135
Figura 58	136
Figura 59	137
Figura 60	138
Figura 61	139
Figura 62	140
Figura 63	141
Figura 64	142
Figura 65	143
Figura 66	144
Figura 67	145
Figura 68	146
Figura 69	147
Figura 70	148
Figura 71	149
Figura 72	165
Figura 73	166
Figura 74	167

Resumen

Los nuevos modelos de comunicación demandan una permanente formación del individuo para su correcto uso. En la actualidad las competencias digitales son indispensables para el desarrollo del trabajo, el entretenimiento y la comunicación. Sectores vulnerables como los adultos mayores se incluyen en la sociedad activa utilizando adecuadamente el Internet.

Este estudio profundiza en el análisis de las competencias digitales y realiza una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja. Para ello se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica basada en investigaciones nacionales e internacionales, lo que sustenta firmemente el presente trabajo. Se aplicaron metodologías, cualitativas y cuantitativas propendiendo siempre a la complementariedad de los análisis con el objetivo de estudiar los niveles de competencia mediática de los adultos mayores. Se ejecutaron encuestas en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga. También se recogió el criterio de expertos y se realizó una triangulación de la información. Se concluye que las competencias mediáticas comprenden el uso crítico y seguro de las tecnologías y que en Ecuador no existen proyectos de alfabetización mediática para los adultos mayores.

Palabras claves: competencias digitales, adultos mayores, alfabetización mediática, Ecuador.

Abstract

The new communication models demand a permanent formation of the individual for its correct use. Nowadays, digital skills are essential for the development of work, entertainment and communication. Vulnerable sectors such as older adults are included in the active society using the Internet appropriately. This study delves into the analysis of digital skills and makes a proposal assessment of media literacy processes in the province of Loja. Because of it, an exhaustive bibliographic review was carried out based on national and international, which firmly supports the present work. Methodologies were applied, qualitative and quantitative, always tending to the complementarity of the analyzes with the aim of studying the levels of media competence of the elderly. Surveys were carried out in Calvas, Gonzanamá and Quilanga cantons. It was also collected the criteria of experts and a triangulation of the information was carried out. It is concluded that media competencies include the critical and safe use of technologies and that in Ecuador there are no media literacy projects for older adults.

Keywords: digital skills, older adults, media literacy, Ecuador.

Introducción

Adquirir competencias digitales para el manejo de dispositivos electrónicos es indispensable para el desarrollo social de un individuo. Acceder a las tecnologías facilita el desempeño del ser humano en sus actividades diarias, y también lo convierte en un personaje activo e integrado en la sociedad de la información.

Las proyecciones poblacionales de los adultos mayores y su inclusión en los procesos de usos de tecnologías se van convirtiendo en un desafío social que necesita ser atendido por el Estado. Así lo ratifica Hernando y Phillippi (2013), al mencionar que en la actualidad el incremento de la población de mayor edad se viene convirtiendo en un desafío social que permite que una buena porción de la población mundial tenga una amplia esperanza de vida. Los cambios en las tasas demográficas no tienen precedentes.

Las competencias mediáticas tienen una gran relación con los procesos educativos. En ese ámbito, antes del desarrollo de las TIC, se utilizaba el término analfabeto para definir a una persona que no sabía leer ni escribir. En la actualidad, también la definición de analfabeto cambió. Pues se describe como analfabeto digital a la persona que no sabe utilizar un dispositivo electrónico.

El presente estudio permite conocer todo lo relacionado con los proyectos e investigaciones sobre competencias mediáticas en el Adulto Mayor. Además, posibilita la valoración de los procesos de alfabetización digital en la provincia de Loja, específicamente en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga como base de estudio.

El proceso de investigación se desarrolló por etapas. En la primera fase se realizó una importante revisión bibliográfica, para sustentar con una sólida base científica el presente trabajo. Se tomó en cuenta investigaciones previas ejecutadas por reconocidos catedráticos en su gran mayoría de España, América y Ecuador, (Ferrés y Piscitelli, 2012; J. Ferrés, comunicación personal, 27 de junio de 2019; Caldeiro, 2013; Aguaded, 2012; Rivera, Velásquez y Celly, 2015; entre otros).

Con esta información preliminar se pudo establecer la siguiente fase que corresponde al Marco Metodológico. Ahí se utilizó una triangulación metodológica, complementada con herramientas cualitativas y cuantitativas. Se aplicaron encuestas en los cantones, Calvas, Gonzanamá y Quilanga y se realizó entrevistas a expertos y se trabajó un grupo focal que incluye a personas de diferentes cantones y con distinta formación académica.

La tercera etapa corresponde al Análisis de resultados. Con los datos obtenidos se contrastó la información y se determinó el estado actual de las competencias digitales y los procesos de alfabetización digital en adultos mayores de 65 años en adelante, en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga como caso de estudio.

Con la información recopilada se pudo conocer que los adultos mayores aprenden el manejo de las tecnologías con el apoyo de sus familiares, y que a pesar de su limitado acceso a Internet, tienen preferencia por la utilización de redes sociales para comunicarse, especialmente Facebook. Hasta ahora, el Gobierno de Ecuador no ha logrado consolidar un programa de alfabetización digital para el mejoramiento de la calidad de vida de los adultos mayores, ya que los esfuerzos realizados en estrategias como Ecuador Digital no se han posesionado por múltiples circunstancias. Sin embargo, más allá de todos los elementos y recomendaciones que se entregan en el presente trabajo, el Gobierno debe tener su propia ruta para incluir en la sociedad activa a los grupos vulnerables (adultos mayores), generando procesos de participación social a partir de la Educomunicación.

Esta investigación es de gran importancia para la sociedad en general, porque es un tema que hoy convoca la atención de las grandes potencias mundiales. ¿Cómo reducir la brecha digital? Es la gran incógnita que se despeja a partir de esta clase de investigaciones. Por ello, a partir de los procesos de estudio, se facilita al Estado proyectos para la implementación de políticas públicas que faciliten la incorporación de los ciudadanos y particularmente de los adultos mayores al mundo de las tecnologías.

Capítulo uno

Competencias digitales, su entorno e importancia

1.1 Competencia digital o mediática

El concepto de competencia está ligado a las actividades laborales y al mundo de los negocios. Paulatinamente se ha integrado al ámbito educativo, hasta consolidarse en el pilar fundamental de la evolución de los nuevos conceptos sobre educación. Se puede decir que competencia es la coordinación de habilidades y destrezas que se consideran indispensables para un determinado contexto, en este caso para el manejo de las tecnologías. En el mismo ámbito, se ha referido a competencias pensando no sólo en la eficacia de un profesional en el ámbito laboral, sino planteando este concepto desde la perspectiva de contribuir a desarrollar la autonomía de las personas y su compromiso con el entorno social (Ferrés y Piscitelli, 2012, p. 76).

Los nuevos modelos de comunicación son sin duda los temas más discutidos en la sociedad actual. El desarrollo de las tecnologías y el acceso a los procesos comunicativos ha despertado una gran inquietud en los investigadores. Esto, porque en la actualidad todo gira alrededor del Internet y el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Permitir la participación consiente, crítica y propositiva de los ciudadanos en los medios sociales, es una prioridad del Estado Ecuatoriano, y de otros organismos no gubernamentales que promueven la inclusión a nivel nacional e internacional.

Presentarse críticos y conscientes de los nuevos modelos comunicativos es una responsabilidad que las personas deberían plantearse, mientras que desde el Estado se necesita generar procesos que obligatoriamente incluyan a los medios de comunicación en los sistemas educativos. El flujo de la información se fortalece constantemente, por ello ser competente en medios se justifica principalmente para reducir las desigualdades.

Los conceptos de competencias digitales y competencias mediáticas son bastante discutidos a nivel del mundo, pues todo resulta de las pequeñas diferencias que se establecen

según la plataforma en la que se desarrollan (tradicional o digital); en ambos casos se trata de aquellas habilidades que definen al individuo como “capaz de acceder a la información, evaluar de manera crítica, organizarse y comunicarse a través de los múltiples canales, vías y formatos en constante transformación” (Mon y Cervera, 2013, p. 30), esto es importante debido a que la investigación debe desarrollarse para reducir la brecha digital evitando “que los árboles de lo digital impidan ver el bosque de la formación global” (González y Gutiérrez, 2017, p. 59).

Las habilidades y conocimientos que tienen los seres humanos para el manejo de los dispositivos electrónicos y las TIC se denominan competencias digitales. Que no es otra cosa que “hacer uso libre y crítico de aquellos datos que pueden ser utilizados de forma abierta, reutilizándose y redistribuyéndose por cualquier persona para la creación de nuevos contenidos” (Gértrudix, Gálvez, Said, y Durán, 2016, p.115).

Ser competente en materia digital, no implica el simple hecho de tener un aparato electrónico, hacerlo funcionar y navegar en Internet. Es importante la capacidad de la persona para proteger sus datos, buscar información confiable, determinar peligros, y sobre todo entender que las tecnologías deben servir para mejorar la calidad de vida de las personas.

Las competencias resultan imprescindibles, cuando la mayoría de la información, las ideas y los sentimientos son expresados audiovisualmente en los medios sociales. En la actualidad se vive en una sociedad digitalizada, en donde los medios de comunicación son claves en el desarrollo del conocimiento y fundamentales en las interrelaciones sociales, lo que implica ciudadanos competentes y capaces de utilizar de manera correcta los medios de comunicación. De acuerdo con la realidad actual se habla de competencia mediática al encuentro de lo digital y lo audiovisual (Delgado y Pérez, 2013, p. 783).

La conceptualización de competencia y saber manejar dispositivos digitales en la actualidad es indispensable para el desarrollo social del individuo. Acceder a las tecnologías, facilitará el desempeño del ser humano en sus actividades diarias y también lo volverá activo

en los diferentes campos de la sociedad de la información, permitiéndole mejorar sustancialmente su vida.

Otra perspectiva es la de Ferrés (2019), quien considera que la competencia digital, en el desarrollo de actividades académicas “se suele reducir a competencia tecnológica, entendida en su dimensión instrumental y, como mucho, se le añade la competencia informacional” (J. Ferrés, comunicación personal, 27 de junio de 2019).

La competencia mediática abarca un campo muy amplio. Ello porque su importancia también es relevante, al punto que su empoderamiento evita la vulnerabilidad digital de las personas. Es decir, con la abundante información que se encontraron en la Red y la velocidad con que circula, las personas están expuestas a ser fácil presa de la desinformación al punto de correr el riesgo de perder el control de sus acciones en aspectos de información y comunicación.

Ferrés (2019), afirma que el concepto de competencia mediática es más amplio y lo define como:

“La capacidad para interaccionar de manera madura y autónoma con las tecnologías, en un doble proceso de consumir mensajes ajenos y de producir y disseminar mensajes propios, asumiendo una multiplicidad de dimensiones: la tecnológica, la de los lenguajes, la de los procesos de recepción, la de los procesos de producción y difusión, la de la ideología y valores y la dimensión estética” (J. Ferrés, comunicación personal, 27 de junio de 2019).

En la modernidad las comunicaciones dependen por entero de las tecnologías, por eso las competencias digitales se vuelven imprescindibles en el desarrollo social, económico, productivo y político de la sociedad. La principal misión de las competencias mediáticas es permitirle al individuo una participación crítica y propositiva en los nuevos medios de comunicación. Además, es fundamental para entregar poder a los ciudadanos, lo que representa fortalecer la libertad, la autonomía crítica y la participación social.

“El desarrollo de competencias mediáticas se convierte en el impulso sobre el cual se erige la personalidad del hombre. De personas que, por necesidades, en algunos

casos reales, en otras ficticias, necesitan diferenciar lo bueno de lo malo, en base a su capacidad de conocimiento y sus valores morales predominantes, que al final le permitirán emitir juicios racionales” (Caldeiro, 2013, p. 13).

Las competencias digitales conducen al desarrollo socioeconómico de las naciones, y para los seres humanos representa un sinnúmero de posibilidades. Con el aprovechamiento del Internet se pueden generar fuentes de trabajo en cualquier sector productivo; la capacitación permanente está al alcance de todos. Con un dispositivo digital, se puede ahorrar tiempo y dinero, y tal vez lo más importante, ser parte activa de la sociedad y constructores permanentes del desarrollo de la sociedad.

Sobre esta perspectiva Aguaded (2012), precisa que la educación en tecnologías se relaciona ampliamente con una serie de competencias, que consiste en entregar a las personas oportunidades de aprender no solo a comunicarse de forma efectiva, sino también a responder con críticas y conocimiento las visiones convencionales y falsas de la realidad que vive el mundo (p.28).

Alrededor del mundo se han generado profundos cambios y particularmente los medios de comunicación se han transformado y ahora convergen en una gran plataforma llamada Internet, lo que conlleva a que los seres humanos también deben experimentar otras responsabilidades. Las nuevas generaciones se presentan como autodidactas y con grandes capacidades de generar procesos comunicativos, pero con muy poca responsabilidad sobre los contenidos que generan.

Ignacio Aguaded (2012), sostiene que en varias investigaciones realizadas se detectan deficiencia intelectual para entender los procesos educativos. Por eso están proponiendo un sistema educativo permanente que fortalezca las competencias sobre tecnologías en los ciudadanos (p.3).

Por otra parte, desde hace varios años los diferentes sectores de la sociedad reclaman políticas públicas que permitan incorporar herramientas tecnológicas al sistema educativo, sin embargo, no se han implementado proyectos sociales, económicos y educativos sobre la base y uso competente de las TIC. En conclusión, se puede ser competente, participando en

sistemas regulares de educación y explotando al máximo las habilidades y destrezas que posee cada ser humano.

1.2 Analfabetismo digital

El analfabetismo digital es la incapacidad de una persona de manejar las nuevas tecnologías por falta de formación y pensamiento crítico. Esto provoca que la persona se aíse o dependa de otras.

El analfabetismo digital es considerado un grave problema para la sociedad. Los problemas producto del analfabetismo se distinguen con mayor notoriedad en los lugares más alejados, debido a varios factores como, por ejemplo, la falta de conectividad, la debilidad de los procesos educativos, o simplemente por la condición económica de los ciudadanos.

Para combatir el analfabetismo digital, es necesario alfabetizar. Por ello se necesita conocer que la “alfabetización digital incluye la habilidad para descifrar imágenes, sonidos y texto” y que su principal objetivo es permitir a las personas el acceso a las TIC de manera consiente y crítica (Tirado, Hernando y García, Santibáñez y Marín, 2011, p. 137).

Con la llegada de la era digital, los miembros de la sociedad se ven obligados a desarrollar nuevas habilidades, todo porque el lenguaje experimenta grandes transformaciones. Según, Velásquez, Mier, Rivera y Carrión (2019), el lenguaje es el punto principal de los procesos de alfabetización, y cuando se habla de alfabetización mediática es porque al lenguaje se incorpora la utilización de símbolos y gráficos (p. 41).

La evolución del lenguaje es una disciplina que ha sido investigada, pero su constante progreso demanda la aplicación de nuevas investigaciones. La democratización de los medios en Internet da lugar a una evolución de conocimientos demasiado acelerada, expuestos siempre sobre la base de los avances tecnológicos.

El lenguaje tiene varias definiciones y también se ha transformado con el paso de los años. Parrilla (2008), considera que “una característica del lenguaje es su continuo crecimiento y evolución en todos los aspectos, en tanto que es expresión viva de la naturaleza y la cultura de los seres humanos” (p. 132).

Por ello:

“El estudio y comprensión de cada nuevo aspecto, tanto en materia de innovaciones en el lenguaje, como en lo que respecta a las tecnologías que sirven de medio para poder acceder a los nuevos sistemas de comunicación, serán vitales para poder encuadrar dentro de los sistemas de cada lengua las terminologías, neologismos informáticos y simbologías propias de esta realidad digital”, son fundamentales para los procesos de alfabetización digital (Parrilla, 2008, p. 135).

Los instrumentos tecnológicos y sus avances están presentes en la vida cotidiana y, con el paso de los años, los conceptos de ‘alfabetización’ han cambiado y se han ido acoplado a las necesidades de cada época. Hace varios años se consideraba analfabetos a quienes no podían leer ni escribir, en la actualidad se habla de analfabetismo digital, cuando las personas no saben utilizar dispositivos electrónicos (Rodríguez y Dolores, 2008).

Román y Almansa (2016), apuntan que, diez años antes, se consideraba como analfabeto a una persona que no sabía leer ni escribir, en la actualidad, es analfabeto el individuo que no esté familiarizado con el uso de los dispositivos electrónicos. La educación y el conocimiento son derechos sumamente importantes y que no tienen edad, por ello erradicar el analfabetismo es una gran necesidad. La presencia de las tecnologías es esencialmente sensible a las nuevas generaciones, pero, también, se presenta lejana para los adultos mayores.

Con la difusión de las nuevas tecnologías, el analfabetismo digital ha sido combatido paso a paso, pero los adultos mayores son el grupo humano más relegado por el avance digital, convirtiéndose en analfabetos digitales en lugar de migrantes digitales como el grupo que les sucede en edad. Los adultos en edad madura (50 a 65 años), los cuales, al tener contacto con la tecnología en sus lugares de trabajo, poseen ciertas habilidades básicas al momento de manejar tecnología.

La brecha generacional (Z, Millennials, Boomers) es sólo uno de los factores que influye en el analfabetismo digital, otro motivo es la infraestructura, puesto que aquellos adultos mayores que viven en sectores rurales tendrán menos acceso a conectividad a Internet y en algunos casos hasta a energía eléctrica, y la educación; lo digital es una

tecnología tan disruptiva que un adulto mayor no tiene conocimiento de otra tecnología sobre la cual basarse para entenderlo, y si a eso se suma el analfabetismo tradicional, no estará en capacidad de manejar TIC.

Sin embargo, Hernando y Phillippi (2013), consideran que la alfabetización digital no es simplemente formar a los adultos mayores para la operación de herramientas digitales, porque también implica “utilidades para su vida diaria, como pedir una cita médica, realizar gestiones bancarias, localizar a un antiguo familiar o llamar a un amigo. En otras palabras, es necesario formarlos en competencias mediáticas para su desarrollo personal y social” (p.14).

Es importante concebir que la alfabetización mediática comprende el uso de las TIC, por el simple hecho de vivir en un mundo interconectado “de manera que la alfabetización debe entenderse en toda su amplitud, no limitándose al simple manejo de ordenadores” (Román, Almansa y Cruz, 2016).

Resultaría simple definir a una persona que desconoce el uso de las TIC, como analfabeta en materia digital, pero la problemática se extiende, porque en una sociedad interconectada, se quedaría aislada de los procesos sociales a los que todos los ciudadanos tienen derecho.

“En este sentido, se puede concluir que una persona alfabetizada en medios es crítica con los contenidos y los mensajes mediáticos y, por tanto, sabe qué debe aprender de ellos y qué debe descartar” (Rivera-Rogel, 2019, p. 14).

Una persona con conocimientos técnicos sobre el manejo de las TIC, pero sin la capacidad crítica de distinguir si la información presentada es real o no, enfrentará peligros del medio digital, como estafas o acoso.

Los procesos de alfabetización suelen ser complicados, debido a los constantes cambios de la información. Sin embargo, la incorporación del uso de las TIC a los sistemas educativos en todos sus niveles es una necesidad imperante. Aunque las autoridades y quienes lideran los procesos educativos saben que en esta época se debe ligar las tecnologías con la educación “éstos no parecen integrarlas a los procesos de enseñanza y aprendizaje” (Arrieta y Montes, 2011, p. 181).

Esto se puede evidenciar en las mallas académicas ecuatorianas, pertenecientes a instituciones de educación pública, vigentes hasta la actualidad (2020). Los alumnos de edad escolar primaria y secundaria poseen una materia relacionada a las TIC llamada “computación”, en la cual aprenden a usar computadoras e Internet, pero esta materia es sólo impartida durante dos horas a la semana, y en el resto de las clases, estos niños siguen aprendiendo con medios tradicionales; esto se da debido a la falta de recursos, o el analfabetismo mediático de los profesores.

Existen iniciativas para fomentar el uso de TIC en las aulas, pero debido a falta de infraestructura (conexión a Internet o conexión eléctrica) y equipos (computadoras, proyectores) hace que estas sean imposibles de implementar.

Por eso “los cambios sociales, tecnológicos e informativos requieren de la alfabetización como forma de adquisición de las competencias críticas, que permiten el crecimiento de la ciudadanía autónoma, capaz de emitir propios, desligados de cualquier posible influencia” (Caldeiro y Aguaded, 2015, p. 38).

La alfabetización es un derecho constituido y es el pilar fundamental del desarrollo de la sociedad. A partir de la posibilidad de utilizar tecnologías se busca la participación de las personas en el sector laboral y los procesos sociales, para luchar contra la pobreza y buscar nuevas oportunidades en el transcurso de la vida. Más allá de los conceptos tradicionales, la alfabetización, “se entiende hoy día como un medio de identificación, comprensión, interpretación, creación y comunicación en un mundo cada vez más digitalizado, basado en textos, rico en información y en rápida mutación” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2019).

Con estas consideraciones, se añade que la presente investigación permitirá descubrir modalidades y formas de acceso a las TIC para los adultos mayores. Se realizará una valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja.

1.3 La brecha digital

La brecha digital es la distancia que existe entre las comunidades que utilizan de manera adecuada las tecnologías y las personas que no tienen acceso a las TIC. Se produce

por varios factores, que pueden ser: económicos, sociales, políticos, culturales, geográficos y generacionales. La brecha digital a partir de la diferencia de edad se puede establecer, entre aquellas personas que crecieron en medio de los grandes avances tecnológicos, y las que nacieron antes del desarrollo del Internet, principalmente los adultos mayores de 65 años en adelante, que es la población en donde se centra la presente investigación.

Para ser más explícitos, la brecha generacional se refiere, a que la juventud es más competente en el uso de las tecnologías. Mientras que las personas adultas, desconocen los procesos comunicativos que se crean a raíz de la revolución tecnológica, y han tenido que aprender el manejo de dispositivos móviles por la necesidad de sentirse parte activa de la sociedad. Algunos estudios revelan que la gran mayoría de los adultos mayores desarrolló conocimientos de medios sociales apoyados personas cercanas a su círculo familiar.

Estos conceptos son ratificados por Maya (2008), cuando precisa que la brecha digital tiene varias connotaciones. Puede ser de carácter social, económico, territorial y generacional. Además, argumenta que: “es obvio que los jóvenes son más receptivos al uso de las TIC que las personas de edad más avanzada y que son capaces de adquirir vía formación las habilidades necesarias para su uso”. En ese sentido se hace imprescindible que se generen propuestas científicas para luchar contra este instrumento que excluye a los adultos mayores del uso competente de las TIC.

Se considera que la tecnología aun siendo patrimonio de la humanidad ha sido esquiva para varias generaciones. En la actualidad es indispensable para el desarrollo de las actividades diarias y de los procesos socioeconómicos. Hay grupos etarios, que definitivamente, poseen una capacidad más reducida para utilizar una computadora o un celular inteligente: “No obstante, actualmente las brechas no responden únicamente a las condiciones de acceso sino a procesos de alfabetización digital y apropiación de Internet; y con estos a la capacidad de transformar la información adquirida” (Barrantes, Ugarte y Villalobos, 2019, p. 307).

Las grandes transformaciones tecnológicas también están sujetas a la evolución de los procesos de conocimiento y es que vivir sin Internet simplemente te aleja de los nuevos

sistemas educativos que se proyectan en base al uso de las tecnologías. La brecha digital consecuentemente produce desigualdades, por eso el estar conectado significa oportunidades para poder trabajar, estudiar, producir y finalmente mejorar la calidad de vida de las personas.

Con la misma visión, Hernando y Phillippi (2013), consideran que:

“La capacidad para el manejo de dispositivos electrónicos no se adquiere por inmersión tecnológica y es necesario aprender a aprender, pero esta capacidad es socialmente desigual y, entre otros aspectos, está ligada a la edad. La «brecha digital» además de estar relacionada con diferencias socioeconómicas también lo está, y mucho, con la edad, especialmente en grupos de edad más alejados de las generaciones jóvenes (Millenials, Gen X) como aquellas personas mayores de 60 años” (p. 14).

Los grandes cambios y transformaciones que ha experimentado la humanidad vienen cargadas de nuevas oportunidades, pero también generan desequilibrios sociales importantes. El desarrollo de las tecnologías no es un tema aislado, pues su gran demanda y acceso también ha generado diferencias entre quienes las poseen y aquellas personas que no han podido apropiarse de los beneficios de las TIC.

La brecha digital produce desigualdades sociales cuando las personas carecen de acceso a la información y al conocimiento mediante las nuevas tecnologías. Sin Internet y todo lo que se enmarca en los nuevos sistemas de comunicación, una persona simplemente está excluida socialmente, porque sus oportunidades de desarrollo son mínimas. Basados en este criterio los gobiernos y ONG, luchan constantemente por generar proyectos de investigación que encaminen a la implementación de políticas públicas que reduzcan las distancias de acceso a las TIC que existen entre varios grupos sociales (Robles y Molina, 2017, p. 81).

El concepto sobre la brecha digital se presenta a partir del auge y gran impacto que ha tenido el uso de las tecnologías en el mundo, y en la actualidad se constituye en uno de los problemas más acuciantes de la sociedad, debido a que el uso de las TIC representa una

gran posibilidad de desarrollo para los pueblos. Para ser más precisos, Gómez, Calderón y Magán (2008) sostienen que la “brecha digital es la exclusión de las posibilidades informativas, comunicativas, creativas y de aprendizaje que permiten las tecnologías e Internet”.

El acceso a tecnologías crece tanto o más que el número de adultos mayores en Ecuador. Sin embargo, basado en varios estudios realizados, se puede sostener que este grupo etario en bajas proporciones visibiliza su ingreso a Internet, en ese sentido, es oportuno cuestionar sobre la brecha generacional impuesta relacionada al uso de TIC por parte de este grupo generacional (Paredes, 2016).

Se debe definir a la brecha digital como un gran problema social; tiene importantes repercusiones de “nivel macroeconómico, como dentro de la propia sociedad de cada nación, limitando el desarrollo socioeconómico de los países y el desarrollo personal de sus ciudadanos” (Cañón, Grande y Cantón, 2016, p. 126).

García (2019), precisa, que la transformación de los medios de comunicación tiene resultados opuestos para los ciudadanos: expande y a la vez neutraliza la participación social. Las nuevas tecnologías se unen para pensar que este es un tiempo absolutamente nuevo en la historia, la generación de conocimiento, la difusión y el acceso a la información y argumenta que la exclusión de los ciudadanos tiene antecedentes. Se vive constantemente rupturas y discontinuidades que, como se ha dicho, no son sólo tecnológicas sino consecuencia de la reorganización del conocimiento (p. 36-44).

Los procesos pedagógicos deben avanzar al punto de reinventarse, su propuesta debe generarse a partir de los nuevos modelos educativos, en donde las tecnologías tengan una importante presencia que le permitan al individuo desarrollarse de manera personal y contribuir al crecimiento socioeconómico del país, asumiendo que estos nuevos procesos deben ser dirigidos por el Gobierno con la participación crítica de todos los que forman parte activa del Estado.

1.4 Inmigrantes digitales

Los Inmigrantes Digitales son aquellas personas que no nacieron en la época del gran desarrollo tecnológico y que en un momento determinado de su vida se sintieron atraídos por las tecnologías y se adaptaron a los nuevos modelos de comunicación. Generalmente son aquellos que utilizaron los medios tradicionales como la prensa, radio y televisión, teniendo que experimentar cambios de lo analógico a lo digital.

En cambio, Jara y Prieto (2017), manifiestan que los Inmigrantes Digitales, son personas mayores nacidas en la era predigital, es decir antes de los años 90, “se comunican correctamente y conforme a reglas ortográficas, y siguen instrucciones antes de realizar una tarea. Sus rasgos mentales se encaminan a procesos de análisis inductivo-deductivo, paso a paso, y su aprendizaje está basado en conocimientos preadquiridos” (p. 95).

Entre las principales características de los Inmigrantes Digitales, se puede destacar que son actores sociales con personalidad formada, conscientes de la realidad para solucionar problemas y con capacidad para actuar razonadamente. Desarrollan procesos de aprendizaje sobre algo ya conocido o experimentado. La posibilidad de conectarse con los nuevos medios ha desarrollado nuevas habilidades y retos en la personalidad de los individuos.

Es relevante establecer algunas diferencias, porque las generaciones anteriores no nacieron con lo digital, por lo que su transición fue mucho más lenta comparada con aquellos nativos digitales (Aguaded y Guzmán, 2014).

En la sociedad actual resulta complicado encontrar personas que no estén presentes en los medios sociales o inmersos en las sociedades digitales. Pero eso tampoco implica que la ciudadanía y principalmente los adultos mayores sean considerados competentes en materia digital: su presencia en Internet no garantiza una capacidad crítica.

Este grupo etario que inicialmente Prensky (2001), denominó “Inmigrantes Digitales” no ha tenido la posibilidad de vivir el aluvión de los profundos cambios tecnológicos, pero por necesidad y en realidades diferentes, han tenido que aprender el manejo de dispositivos móviles, para no aislarse de la sociedad del conocimiento (p. 4).

Para poder reducir desigualdades es importante que los Inmigrantes Digitales acepten la idea de que las tecnologías llegaron para quedarse, que son necesarias e indispensables para el desarrollo socioeconómico de las naciones y que con una correcta utilización las personas se pueden incluir en los diferentes campos de la actividad humana y mejorar su calidad de vida. Sin asumir la responsabilidad antes expuesta el analfabetismo digital puede llegar a predominar, aunque esa es una teoría muy lejana, pues al momento se desarrollan varios estudios y esfuerzos para garantizar la participación plena de todos los grupos etarios en la sociedad digital.

Anteriormente se había explicado que el analfabetismo se genera a raíz del desconocimiento de los medios audiovisuales y que puede limitar los procesos de inclusión de los Inmigrantes Digitales, convirtiendo a este grupo en consumidores pasivos producto de los acelerados cambios sociales, tecnológicos e informativos. Bajo esta premisa se propone la formación del receptor de los medios sociales, que “independiente de su edad, debe incrementar la habilidad que le permita asimilar los contenidos y elaborar otros de forma autónoma y crítica” (Caldeiro y Aguaded, 2015, p. 40).

En este punto, es necesario retomar la denominación de Inmigrante Digital para vincular a los adultos mayores a los procesos de alfabetización mediática, pues es necesario comprender que ellos inicialmente proceden “a navegar por Internet y a posteriori, se embarcan en la lectura atenta de manuales para obtener más información y aprender. Esto es: en primer lugar, se decanta por la práctica y luego por la teoría, que le permite sobrevivir” (Prensky, 2001, p. 5).

Es ineludible generar procesos para que los adultos mayores puedan desenvolverse en un entorno digital familiar, esa es una necesidad para este grupo etario, que se ha quedado relegado en un mundo globalizado. La alfabetización digital puede permitir la incorporación de gran cantidad y calidad de información producto de la experiencia que han acumulado los adultos mayores a lo largo de su vida, y eso genera una gran interacción que sin duda enriquece el conocimiento de quienes navegan en Internet en la posibilidad de autoeducarse.

De este modo, el Inmigrante Digital, como cualquier individuo necesita aprender, y lo hace siempre a su ritmo y sufriendo un proceso de adaptación a las condiciones del ambiente. En el caso de los adultos mayores jamás perderá la conexión con lo aprendido a lo largo de su vida, lo que debe ser relevante en la etapa de incorporación del individuo a la sociedad de la información (Padilla, Suárez y Sánchez, 2016).

Los adultos mayores pueden aprender como lo hace todo individuo que se encuentra con algo desconocido, algunos pueden tener más capacidad que otros, pero su objetivo siempre será conocer y adaptarse al mundo tecnológico que en determinado momento ha sido un campo desconocido y hasta cierto grado lejano, aunque siempre van a priorizar la utilización de los medios tradicionales como ha sido su costumbre.

Esta afirmación es ratificada por Prensky (2001), mencionando que los Inmigrantes Digitales aprenden a adaptarse a su entorno, a pesar de hacerlo siempre enfocados desde el pasado.

Los Inmigrantes Digitales tuvieron un contacto tardío con las nuevas tecnologías y que los procesos de apropiación también son diferentes, es decir un poco lentos, la intención siempre ha sido no excluirse de los nuevos modelos de comunicación, sin embargo, esa exclusión que también se denomina brecha digital, debe ser combatida con políticas públicas que garanticen la presencia de sistemas de educación a lo largo de todo el ciclo vital.

En este sentido, Sánchez y Castro (2013), sostienen que es fundamental plantear estrategias para una inclusión en las tecnologías, que sea progresiva y escalonada desde el Estado a través de las instituciones educativas, pero no solo limitándose a la inclusión de sectores sociales con altos niveles de vulnerabilidad y pobreza, así también, de habilidades y destrezas para el uso de las TIC. También, se debe fortalecer los procesos educativos en el que se incluye un sector de la población que ya está siendo atendido (p.11).

Las desigualdades se pueden superar de una sola manera. Se necesita generar propuestas que permitan integrar a todos los sectores de la sociedad en los sistemas educativos, atraer a aquellos que están fuera y fortalecer la relación con quienes se han incorporado de manera natural a la sociedad digital.

1.5 Boomers, Millennials y otras generaciones

De acuerdo con la definición de la Real Academia Española - RAE (2014) se entiende por generación al “conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibida educación e influjos sociales y culturales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación”.

Existen otras definiciones del término generación, las cuales se enmarcan en la línea de la biología y genealogía. Para el desarrollo del presente trabajo se enmarcará en el concepto de generación histórica, porque se hará referencia al grupo de personas que nacieron en una misma época y básicamente se han sometido a los cambios y transformaciones que se han generado producto del desarrollo tecnológico.

Como lo afirma García, Stein y Ramón (2008), para identificar a las generaciones es necesario señalar una serie de experiencias compartidas a través del tiempo y en un contexto social amplio, lo que desemboca en una serie de eventos compartidos con un contexto similar y con un conglomerado de valores comunes entre los miembros de una determinada generación (p. 2).

La importancia de analizar y conocer a las distintas generaciones radica en que los Boomers y los Millennials constituyen la gran fuerza laboral en la actualidad, y además son los protagonistas de los distintos procesos de comunicación generados a raíz de su abundante participación en Internet.

Díaz, López y Roncallo (2017), destacan que la presencia de estos grupos en los sectores productivos a partir del uso de las TIC. Incluso se recomienda que los sectores empresariales deben tomar en cuenta estos temas para desarrollar estrategias que permitan aprovechar el conocimiento que se genera a partir de las diferencias generacionales en el contexto laboral (p.189).

Las generaciones que se han desarrollado a la par con las tecnologías tienen una gran responsabilidad, pues son los responsables de sostener el sector productivo y de guiar los procesos de inclusión de otros grupos que son excluidos de los nuevos modelos de comunicación. Es importante mencionar que las generaciones tienen marcadas diferencias

que se generan por factores que corresponden a la fecha de nacimiento o por el contexto cultural, religioso y social en el que se desarrollan.

En la actualidad se pueden identificar un total de cinco generaciones que conforman la sociedad; se clasifican de la siguiente manera. Los tradicionalistas, o Generación Silenciosa o Swingers; los Baby Boomers; la Generación X; la Generación Y o Millennials, y los I-gen, Generación Z o Centenials. Del mismo modo, es importante mencionar, que, dependiendo del mercado laboral, en algunos países conviven entre cuatro o cinco generaciones (Díaz, López y Roncallo, 2017, p. 195).

1.5.1 Boomers

Esta es una de las generaciones más culturizadas, pues han desarrollado viajes y su experiencia les entrega la capacidad de influir. Sus actividades se enfocan en una dedicada a su trayectoria profesional y destacan por su lealtad con sus organizaciones, empresas e instituciones. Se identifican como la generación del cambio, son idealistas, pertenecen a los movimientos sociales y de la pregonan ruptura de modelos estáticos, siendo protagonistas e impulsores en el pasado de la revolución cultural (Almeida, 2012). Y es en este contexto de cambios en el que se desarrollan nuevos estilos de vida personal, reflejados en el crecimiento de la cohabitación, las relaciones no matrimoniales, el divorcio y el cambio en el tamaño de las familias (Fingerman, Pillemer, Silverstein y Suito, 2012), hechos que han jugado un papel fundamental en la promoción de actitudes importantes para la participación social, como el consumismo activo y la adquisición de comodidades (Leach et al., 2008).

En esta generación se encuentra la gran mayoría de la población en estudio. Por lo general son adultos mayores quienes han tenido que asumir la posibilidad de incluirse en el uso de las tecnologías para no alejarse de los nuevos modelos de producción y comunicación. Una de sus principales características, es que su estado de conciencia los hace responsables por naturaleza y están identificados con la lucha por los derechos de la sociedad. Para esta generación el desarrollo individual y la independencia son muy importantes.

Este principio es reafirmado por Olazabal (2019), quien sostiene que para la persona Baby Boomer el desarrollo del sí mismo y la autodeterminación adquieren un papel muy

relevante en los procesos de envejecimiento. La nueva forma de interpretación de la vejez está caracterizada por procesos como la revalorización de la participación social, a través de la expansión del trabajo tras la jubilación; el incremento del compromiso cívico; y los cambios en las relaciones familiares con nuevas formas de solidaridad intrafamiliar e intergeneracional.

Los miembros de esta generación guardan una estrecha relación con su entorno y principalmente con sus hijos, pues siempre están pendientes de sus necesidades. Entre sus principales características también consta que les gusta trabajar en conjunto y son por lo general partidarios de la estabilidad, muchos de ellos son jubilados y toda su actividad la desarrollaron en una sola empresa o institución.

Para ejecutar esta investigación se ha revisado una serie de estudios previos en donde se ha identificado a los Baby Boomers como la generación 'sándwich' por su posición intermedia respecto a las necesidades de sus hijos, también, en muchos de los casos con los nietos, con sus padres y suegros, al mismo tiempo siendo responsables con el trabajo y asumiendo las demandas normales del hogar (Künemund, 2006).

Esta generación prefiere los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y periódico). Pues estos medios de comunicación son conocidos por ellos ya que han sido testigos de su evolución. En lo que corresponde a los nuevos sistemas de comunicación, cada día son más las personas que pertenecen a esta generación que se atreven a experimentar con la abundante información que se presenta en Internet. Los Baby Boomers, también son conocidos como inmigrantes digitales, debido que no son muy familiarizados con el manejo de diferentes herramientas comunicacionales de carácter digital. Genera mucha controversia la poca adaptabilidad con estos aparatos, pero es de resaltar el desarrollo social que puedan aportar una vez adaptados a este sistema de comunicación, tanto así que se generaría una mayor retroalimentación con fuentes positivas para el crecimiento cultural de la sociedad.

A pesar de que crecieron sin Internet y todas las herramientas tecnológicas de la actualidad, esta generación ha sido flexible y diligente para aprovechar los beneficios de las

TIC como el teléfono móvil, las computadoras y las redes sociales para facilitar su trabajo y su vida personal.

1.5.2 Generación X

Un cúmulo de discrepancias y desacuerdos genera el año exacto en que inicia y termina la Generación X. Según autores como Robert y Manolis (2000); Kupperschmidt (2000) esta inicia partir de 1960 y termina a finales de los años 1970, aunque otros estudios afirman que culmina a inicios de los 1980. Definido por la mayoría de los autores como aquellos nacidos entre 1965 y 1976 y/o 1977 (Roberts y Manolis, 2000; Smola y Sutton, 2002; New Strategist Publication, 2010), con un límite superior según O'bannon (2001), hasta el año 1981. Tomando como base el rango de 1965 a 1981, esta generación se encuentra actualmente en las edades de 37 hasta 55 años. Son padres de los Millennials y de los Centenials. Actualmente en cargos de mando medio y alto, los X crecieron bajo la sombra de los Baby Boomers (Zemke et al., 2013) y fueron protagonistas del consumismo de los años 80.

Entre sus principales características se destaca que han atravesado todo el período que comprende el avance y desarrollo de los medios de comunicación tradicionales y de las TIC. Se identifican como la generación que nació a partir de la Segunda Guerra Mundial, y al contrario de sus antecesores (Baby Boomers) que eran defensores de los movimientos sociales, su ideología se inclina por ser conservadores, porque han vivido una serie de cambios sociales y políticos.

En su mayoría fueron adolescentes durante la época de los 80, influenciados por eventos como el surgimiento de los computadores personales, la expansión del VIH, la expansión del Internet, la muerte de John Lennon, Chernóbil, la caída del muro de Berlín, el surgimiento de canales icónicos como MTV y CNN, entre otros eventos que marcaron sus características y comportamiento (Zemke et al., 2013). Individualistas, pero con altas inclinaciones hacia la búsqueda del apoyo grupal y mentoría (Smola y Sutton, 2002). La necesidad de independencia y de crecimiento profesional de sus padres formó una generación práctica, con una visión pragmática de la realidad (Kupperschmidt, 1998).

Se dice que son personas entregadas totalmente a su trabajo, son apáticos de publicar su vida privada en las redes sociales, no son dependientes del Internet y son emprendedores, les gusta ser dueños de sus propios negocios. Además, son amantes de las actividades culturales y prefieren las actividades alrededor del entorno familiar.

A diferencia de los Boomers, los X ven el trabajo sólo como trabajo y buscan un equilibrio entre su vida personal y laboral (Marshall, 2004). Mientras que los Boomers buscaban alcanzar su máximo potencial, los X están interesados en sus tres comidas y un techo en donde dormir (Zemke et al., 2013). Los X trajeron consigo características de valor para el mercado laboral. Su alta competencia tecnológica, aceptación a la diversidad y al cambio, se presentan como ventajas para solucionar problemas de la organización de manera efectiva.

1.5.3 Millennials

Los Millennials son las personas nacidas entre los años 1982 y 2000. También, conocidos como la generación 'Y' aparecen en la transición del milenio y crecieron de forma contemporánea con la revolución digital. Se trata de una generación en donde el uso de herramientas tecnológicas, como las computadoras, teléfonos, el Internet y los videojuegos, es diaria. Tienen acceso a grandes cantidades de información, misma que utilizan para comunicarse, aprender de manera informal, crear, contar historias, hacer composiciones entre otras cosas. Es importante puntualizar que la mayoría de los Millennials, se encuentran en lugares de consumidores y su actividad se enfoca por lo general en replicar contenidos (Castillejos, Torres y Lagunes, 2016, p. 55-56).

Esta generación se encuentra en todos lados. Existen estudios que enfocan su nacimiento en diferentes décadas, pero la mayoría concuerda que tienen entre 20 y 36 años. Su principal característica es que crecieron a los albores de las grandes transformaciones tecnológicas. Es decir, vieron evolucionar la televisión, desde la aparición de los colores hasta las pantallas de alta definición, se sorprendieron con la aparición de la radio en frecuencia modulada y constataron la transformación de la prensa, sin dejar de mencionar que fueron testigos de cómo los teléfonos celulares se fueron convirtiendo en inteligentes.

Otra de las características de los Millennials, es que son considerados nativos digitales. Los grupos etarios se diferencian unas de otras por varias particularidades. La diversidad pantallas y los nuevos medios de comunicación son una especie de escudo protector de la juventud. Utilizan las diferentes herramientas tecnológicas para poder expresar sus sentimientos y emociones. La generación de los Millennials, es la responsable de una gran oleada de consumismo que permitió el desarrollo del sector tecnológico (Velásquez, Mier y Coronel, 2016, p.519).

1.5.4 Centenials

Las grandes transformaciones de las TIC han generado la evolución de los sistemas de comunicación y también un cambio en el ámbito social. En este sentido luego de los Millennials, está la Generación 'Z', que son aquellas personas nacidas a partir del año 2000, algunos investigadores los identifican como los verdaderos nativos digitales, otros los destacan como la generación más joven nacida a la par de la revolución digital.

Este concepto es ratificado por Cerezo (2016), al señalar:

“Utilizaremos, por tanto, la etiqueta Generación Z para englobar a las generaciones más jóvenes que han crecido en los albores de la sociedad digital y que, en algunos casos, se refieren exclusivamente a los adolescentes que ahora cuentan con menos de 20 años y otras veces se incluirán también a los Millennials más jóvenes. Más allá de las fechas de nacimiento de sus integrantes, algunas diferencias son prácticamente imperceptibles, sobre todo en la frontera entre ambas generaciones, principalmente en lo que se refiere a su relación con la digitalización y a su forma de informarse” (p. 96).

Las diferencias de acceso y manejo de tecnologías entre los Millennials y jóvenes de la Generación Z. que son contemporáneos no son significativas. Es decir, ellos ambos grupos no conciben la idea de vivir son estar conectados a Internet, y se han vuelto más selectivos a la hora de compartir información, pues en su gran mayoría están conscientes de que no todo se debe compartir.

Con esta breve revisión sobre las teorías de los Millennials y la Generación Z, se puede revalidar que se enfrenta nuevos escenarios y actores que participan de la cultura

digital. Son jóvenes que se han convertido en el eje principal de la transformación cultural y social que ha provocado el desarrollo tecnológico, por eso, estos estudios permiten conocer la forma en que los ciudadanos se enfrentan a los cambios y las expectativas que tienen de cara al futuro (Velásquez, Rodríguez y Suing, 2018, p. 34-36).

Tabla 1

Diferencias generacionales

Baby Boomers	Generación X	Generación Y (Millennials)	Generación Z
1946-1960	1964-1980	1982-1992	1992-Actualidad
Cuenta con sus padres y tienen hijos y nietos.	Esta generación inició la transición entre los juegos de patio y los videojuegos.	Activistas de ONGs.	Han crecido rodeados de las TIC.
Internet y medios de comunicación son esenciales en sus actividades diarias.	Radio y prensa fueron los medios más utilizados por esta generación.	Su consumismo motivó una ola de consumismo que motivó la evolución de sectores como Internet, mensajería, reproductores de música, etc.	No consumen productos, consumen marcas. No sólo son consumidores sino conservadores.
El grupo que más se conecta a través de tecnología móvil.	Esta generación fue la primera en utilizar ordenadoras de 64kb	Fue la primera generación que vivió la guerra fría, el apogeo de Internet, y la consolidación de Windows, Apple y Linux.	Desconfían de la información en Internet. Filtran información y critican.

Nota: Diferencias generacionales entre las cuatro generaciones dominantes del siglo XXI. Adaptado de *Consumo y uso de medios de*

comunicación de jóvenes universitarios ecuatorianos en tiempos de convergencia (p. 100-103), por A. Velásquez, 2015, Universidad Santiago de Compostela.

1.6 El acceso a las tecnologías en Ecuador

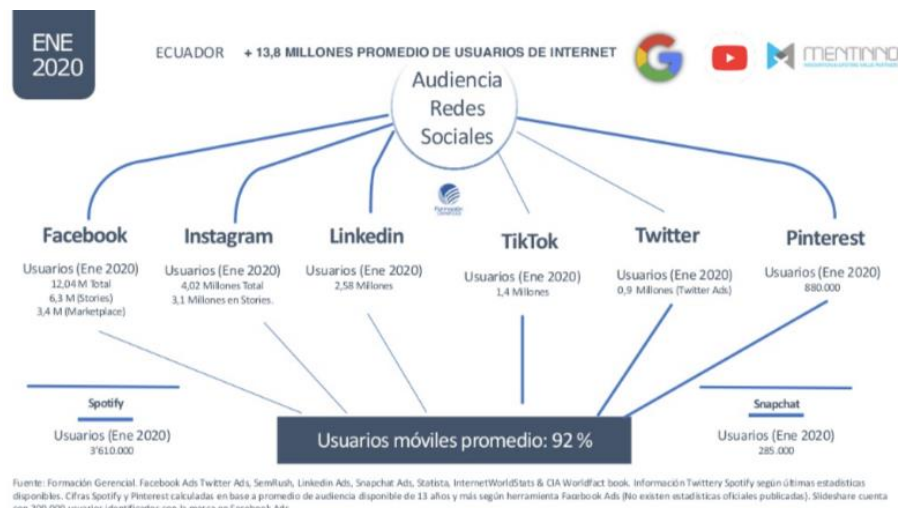
Ecuador es un país en vías de desarrollo y en los últimos años la población virtual ha crecido de manera considerable, al punto de que el informe elaborado por Juan Pablo Del Alcázar, denominado, Ecuador, Estado Digital, indica que al momento existen 13.8 millones de usuarios conectados, de un total de 17 millones aproximadamente de habitantes que tiene el país (Del Alcázar, 2019).

12 millones de ecuatorianos están en los medios o redes sociales. De los cuales 11 millones interactúan desde los dispositivos móviles o celulares. Otro dato importante que precisa el informe es que el 44% de los usuarios de Facebook se concentran en Quito y Guayaquil (Del Alcázar, 2019).

Del Alcázar (2019) señala, que tan sólo el 6% de usuarios de Facebook tiene más de 55 años. Mientras que otros medios sociales como Instagram, registra un 3% de personas mayores a 55 años. En cambio, Twitter tiene en su plataforma al 12% de personas mayores a 50 años. Sin duda, los resultados de este informe también hacen notar una presencia no tan significativa de adultos mayores en Internet y medios sociales.

Figura 1

Audiencia ecuatoriana en las redes sociales

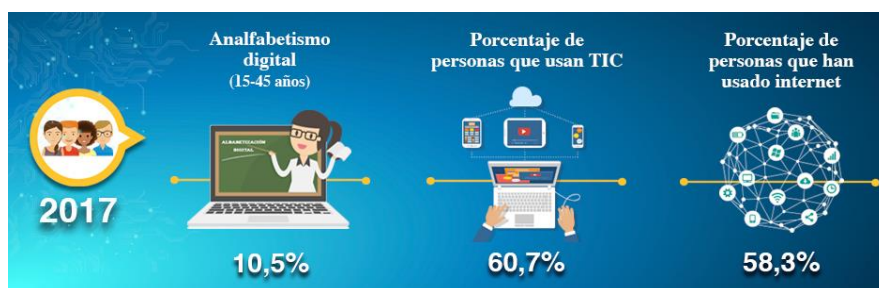


Nota. Adaptado de *Ecuador Estado Digital Ene/20* [Fotografía], por J. del Alcázar, 2020, LinkedIn (<https://bit.ly/3kJDCK0>). CC BY 2.0

En otros estudios y datos que existen sobre el acceso a las tecnologías y analfabetismo digital, el Observatorio de TIC, del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MinTel), señala que en 2017 el índice de analfabetismo digital es de 10.5%, de personas comprendidas entre los 15 y 49 años (MinTel, 2017).

Figura 2

Acceso a las TIC y analfabetismo digital en Ecuador



Nota. Adaptado de *Indicadores y Estadística* [Fotografía] por Ministerio de Telecomunicaciones, 2017, MinTel (<https://bit.ly/2QCxWnal>). CC BY 2.0

El Ministerio de Telecomunicaciones, MinTel (2017), indica que el 60.7% de los ecuatorianos utilizan las TIC, mientras que el 58.3% de ciudadanos han utilizado Internet. Además, es importante apuntar que, en la provincia de Loja, lugar de origen del presente estudio, el 60.4 % de los ciudadanos utiliza TIC.

Con todos estos antecedentes y desarrollados conceptos, se avanza en la investigación, considerando siempre que es un campo que no ha sido estudiado a profundidad. A partir del desarrollo científico de esta temática, se debe generar condiciones que permitan la participación de instituciones públicas en la generación de proyectos que viabilicen el desarrollo socioeconómico de manera equitativa, con la inclusión de todos los sectores de la sociedad en el uso consiente de las TIC.

Capítulo dos

Los adultos mayores en una sociedad globalizada

2.1 Características de los adultos mayores

Envejecimiento es una etapa de la vida que no se puede esquivar. “Los cambios que constituyen e influyen el envejecimiento son complejos. En el plano biológico, el envejecimiento está asociado con la acumulación de una gran variedad de daños moleculares y celulares” (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2015, p. 27).

“Es un fenómeno presente a lo largo del ciclo vital... Sin embargo, a pesar de ser un fenómeno natural conocido por todos los seres humanos, es difícil de aceptar como una realidad innata del ser humano”. Hay personas que relacionan al envejecimiento con la muerte, por eso lo complejo de asimilar que el tiempo pasó y que las personas acumulan experiencia y años (Alvarado y Salazar, p. 57).

Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), una persona es considerada adulto mayor, cuando supera los 60 años, “independientemente de la historia clínica y situación particular”. Esta es una etapa, en donde el cuerpo humano experimenta grandes cambios, principalmente en lo que corresponde a las funcionalidades de los sistemas (OPS, 2006).

En este sentido, los cambios que experimentan las personas durante el envejecimiento, los llevan a vivir un sinnúmero de patologías e incluso el riesgo de obtener enfermedades crónicas es mayor.

Por ello la OMS (2015), precisa que:

“Gozar de buena salud es fundamental para que las personas mayores mantengan su independencia y puedan tener un lugar en la vida familiar y en su comunidad. Cuidar la salud a lo largo de la vida y prevenir la enfermedad pueden evitar o retrasar la aparición de enfermedades crónicas y no transmisibles, como las cardiopatías, los accidentes cerebrovasculares y el cáncer”.

Por más increíble que parezca, se debe destacar que el uso de las tecnologías por parte de adultos mayores mejora la condición de salud, todo por el simple hecho de incluirlos en los nuevos medios sociales y devolverles la capacidad de ser útiles a la sociedad a través de las competencias digitales.

Rodríguez, Oliva, Gil, y Hernández (2008), ellos sostienen que:

“Las características de la tercera edad dependen mucho de la personalidad de cada individuo, las condiciones del ambiente, el modo y estilo de vida y en menor grado de la edad, teniendo en cuenta que síntomas atribuidos a la vejez son consecuencia de un estilo de vida inactivo, pasivo, desanimado, solitario y no necesariamente el resultado de la edad”.

El estado de salud, física y emocional de los adultos mayores, dependerá exclusivamente de su calidad de vida, sin embargo, también es importante que los diferentes programas de Gobierno puedan adaptar sus acciones a las redes de salud y condiciones socioeconómicas, para que se mejore no solo el aspecto patológico de quienes envejecen, pues también deben ser incorporados a la sociedad en sus diferentes aspectos.

2.2 La globalización y el adulto mayor

La globalización es el sistema de expansión de las políticas, económicas y sociales alrededor del mundo. Liderado por las grandes potencias mundiales, quienes imponen su criterio y poder. Incluye un infinito proceso de culturización a través del desarrollo y predominio de las comunicaciones, principalmente por la gran presencia de Internet.

Caldeiro y Aguaded (2015), señalan que “la globalización contribuye al desarrollo de la cultura mediática y a la proliferación de la comunicación como forma de interacción, tanto presencial como virtual” (2015, p. 40).

Por ello el capitalismo en su momento más importante planteó la globalización como un proceso de homologación mundial de los aspectos políticos, sociales, económicos e incluso tecnológicos. A decir de Jáuregui (2001) los efectos de la globalización “para los países latinoamericanos son ampliamente debatidos, pero parece haber consenso en afirmar

que los procesos de globalización están incrementando la brecha entre los países desarrollados y el mundo subdesarrollado”.

Pero no solo se han acentuado las diferencias entre países desarrollados y subdesarrollados. La brecha digital, es otra consecuencia de la globalización, y como resultado se tiene adultos mayores que han sido excluidos de los procesos de utilización y aprovechamiento de las tecnologías.

En este aspecto, el investigador Joan Ferrés, sostiene que “vivimos en una sociedad excesivamente compartimentada, que ha relegado la educación a la academia, y esto hoy es insostenible. Hay que formarse a lo largo de toda la vida, porque los cambios tecnológicos y estructurales son constantes, y obligan a una formación continua” (J. Ferrés, comunicación personal, 27 de junio de 2019).

En varios aspectos del convivir social, el envejecimiento es visto como un problema, pero lo más complicado es que se está mirando al problema con gran indiferencia. Los acelerados procesos globalizadores han dejado como consecuencia una enorme brecha generacional, que debe ser combatida con agresivos procesos de Educomunicación que permitan la inclusión de los adultos mayores, como parte activa de la sociedad.

La globalización no debe alejarse del enfoque social y humanitario, que permita tener a los adultos mayores inmiscuidos en el mundo de las tecnologías, pero sobre todo de convertirlos en seres humanos productivos.

Este grupo generacional “tiene necesidades específicas y, sobre todo, que su dignidad no debe ser menoscabada, porque no se trata de una minoría sobreviviente, débil e improductiva, sino de seres humanos que ingresan en una nueva etapa de su vida” (Armijo, 2009, p. 391).

2.3 La calidad de vida en los adultos mayores y el uso de las TIC

La calidad de vida depende de las condiciones en que se desarrolla la cotidianidad de los seres humanos. Estas condiciones tienen relación con las capacidades físicas, los ingresos económicos, el entorno social, la situación emocional y por supuesto el desarrollo personal, producto de la formación económica y el acceso al campo laboral.

Pero en los adultos mayores la calidad de vida depende de factores mucho más complejos, como por ejemplo acoplarse al desarrollo de las TIC. Ellos “pueden lograr o no las cosas que les importan dependerá no solo de esa capacidad, sino también de otras interacciones con el entorno que habitan en un momento determinado de su vida” (OMS, 2015, p. 32).

Los profundos avances tecnológicos han excluido a los adultos mayores, sin considerar la grandeza del conocimiento generado con el paso de los años. Por ello se tiene necesariamente que conocer algunas características del comportamiento de los adultos mayores con respecto a las TIC, antes de plantear propuestas de formación o valoración. Pues este grupo poblacional se diferencia de otros, por edad, condición social y por los niveles de instrucción académica.

Resulta imprescindible establecer que uno de los principales objetivos de la alfabetización “de las personas mayores y su inclusión en la sociedad de la información debería ser lograr una calidad de vida suficiente en su vejez, que puedan permitir a las personas mayores una vida más plena y participativa y puedan servir de instrumentos esenciales en el fomento de su participación cívica” (Abad, 2014, p. 179).

Una buena calidad de vida en los adultos mayores, también se basa en el afecto y cariño que recibe de su familia y en la participación que logra a partir de su inclusión en programas sociales. Pues el contacto con grupos que realizan actividades similares le hará sentirse parte activa de los diferentes procesos del convivir diario.

Rubio, Rivera, Borges, y González (2015) señalan que “La calidad de vida se define como un estado de bienestar físico, social, emocional, espiritual, intelectual y ocupacional que le permite al individuo satisfacer apropiadamente sus necesidades individuales y colectivas” (p. 3).

Dados estos antecedentes, es de vital importancia la investigación en desarrollo: es necesario plantear alternativas para que los jubilados puedan tener un envejecimiento activo y el uso de las tecnologías en este grupo de la sociedad se vuelve imprescindible en la actualidad, sobre todo para incrementar la calidad de vida.

Según la OMS (2015), la esperanza de vida se ha extendido, entonces esto representa una oportunidad, no solo para las personas mayores y sus familias, sino también para las sociedades en su conjunto (p. 4).

La OMS (2015), define al envejecimiento activo como “el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen”. En el mismo documento se resalta la necesidad de actuar en múltiples sectores, con el objetivo de asegurar que las personas mayores sigan siendo un elemento esencial para sus familias, la sociedad y para a la economía (p. 5).

Los procesos comunicativos son parte de la cotidianidad de las personas. Los adultos mayores tienen las mismas necesidades que el resto de las generaciones. El interactuar con sus entornos los hará sentirse parte activa de la sociedad, e incluso les permite encontrar nuevas formas para la generación de recursos.

En el Ecuador instituciones del Gobierno, como el Ministerio de Inclusión Económica y Social, (MIES), proponen el envejecimiento activo, pero lamentablemente no existen documentos que informen sobre la generación de procesos de inclusión, en donde el uso de las tecnologías pueda ser determinante para su incorporación a la actividad social.

Es necesario asumir que “la calidad de vida en la vejez tiene que ver con la seguridad económica y con la inclusión social, que se asegura por medio de infraestructuras de apoyo y redes sociales” propuestas por los diferentes órganos gubernamentales (Rubio, et al., 2015, p. 2).

2.4 Medios de comunicación

Los medios de comunicación son sistemas que permiten trasladar información. El término generalmente se utilizaba para definir la actividad de la radio, televisión y prensa, conocidos como los ‘mass media’. También se puede decir, que los medios de comunicación son canales de información que son utilizados por el hombre para desarrollar procesos educativos. En conclusión, son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia. Son considerados

de gran importancia para las personas, pues permiten enterarse de todo lo que sucede alrededor del mundo (Domínguez, 2012, p.12).

Al igual que todos los sistemas, los medios de comunicación también han evolucionado a partir del impresionante avance tecnológico. Al punto de que el Internet se convirtió en la gran plataforma que alberga a los nuevos medios de comunicación. Los ciudadanos acceden a estos para informarse, pero también están sometidos a la influencia que ejercen sobre el comportamiento de las personas.

El acceso a los medios de comunicación ya no solo puede darse a través de ondas electromagnéticas, o comprando el físico como en el caso de la prensa, estos medios de comunicación sufrieron una evolución y convergieron en una gran plataforma: Internet. Pero, de manera adicional a estos medios tradicionales, en la Red se encuentran otros medios, como los sociales e incluso los conceptos se extienden hasta los denominados nativos digitales.

Con estos antecedentes, Freidenberg (2004), precisa que:

“Los ciudadanos acceden a lo que ocurre en su ciudad, su país o en el mundo a través de los medios de comunicación de masas. Resulta sorprendente pensar que alguna vez no hayan existido la televisión, los periódicos o la radio. Es impensable hoy para muchos vivir sin alguno de estos medios de comunicación, puesto que cumplen importantes funciones en la vida cotidiana de los ciudadanos”.

Los nuevos medios de comunicación se han convertido en escenarios fundamentales de los procesos de la comunicación humana y de la participación de los ciudadanos. En este contexto Marín (2010), argumentan que:

El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los procesos productivos y comunicacionales de esta era a nivel mundial, denominada Revolución Digital. Así, los sectores del ámbito de las telecomunicaciones pierden su carácter autónomo e independiente a favor de la flexibilidad, y las antiguas parcelaciones tecnológicas autónomas se disuelven haciéndose obligatorios los contactos y las colaboraciones multidisciplinares.

Se han desarrollado un sinnúmero de investigaciones, que pretenden explicar cómo el Internet adoptó a los 'más media'. Algo que es importante mencionar, es que existe una gran cantidad de formas para establecer procesos de comunicación, por eso es imposible enmarcar todas estas formas en un solo capítulo. Entonces, es necesario centrarse en el relevante valor de la información y la gran evolución que tienen los tradicionales medios de comunicación, cuando se encuentran en la Red.

En la perspectiva del desarrollo e implementación de los sistemas digitales y de las TIC, es primordial establecer nuevos conceptos sobre los medios de comunicación tradicionales. Los nuevos medios, nombrados así por su vinculación con sus predecesores no digitales (la radio, televisión y prensa), vienen a reinventarse de los medios tradicionales adecuados a la nueva realidad digital. Tal es el caso de la prensa, cuyo modelo digital se encuentra en el ciberperiodismo, que ha evolucionado para ofrecer un tratamiento más especializado de las noticias a una velocidad incalculable. Pero, la esencia de los nuevos medios no es simplemente la digitalización o el cambio de formato del medio tradicional, la idea es reinventarlo, conservando la misma esencia y permitiendo al ciudadano profundizar en los contenidos. Finalmente, la interactividad y la especialización en el proceso de comunicación, pueden ser los puntos más relevantes de la transformación (Marín, 2010).

Revisados los conceptos apuntados, se resalta la importancia que tienen los medios de comunicación en los procesos de incorporación de las personas al uso de las tecnologías, pues su verdadera participación radica en la interactividad que debe estar ligada al conocimiento crítico del acceso a la información como derecho de cada individuo. Una de las principales características de los nuevos medios de comunicación es que permite la inclusión de los ciudadanos a través de la participación que generan sus contenidos e impiden la exclusión social del uso de la tecnología.

Otro factor que permite describir a los nuevos medios de comunicación es que han tenido que incorporar nuevos lenguajes y ahí las ideas y las imágenes juegan un papel fundamental. Con esto no solo se ampliaron los espacios de incidencia en temas políticos, también se involucraron los temas artísticos, educativos y socioeconómicos. Actualmente los

usuarios individuales tienen una gran capacidad “no sólo para escribir, informar, educar..., sino también para interactuar entre sí y establecer conexiones de una manera que podría permitirles eludir las formas convencionales de comunicación” (Velásquez, Renó, Beltrán, Maldonado y Ortiz, 2018).

Todo este proceso de incorporación de los medios de comunicación a las TIC, también se denomina convergencia, término utilizado para describir que hoy los medios de comunicación se encuentran entre sí. Es decir, en los medios sociales ahora, las radios tienen imagen y se convirtieron en televisión, mientras que la prensa buscó la posibilidad de evolucionar del simple papel, al punto que ahora también tiene imagen y voz, todo gracias al desarrollo de las tecnologías y el avance globalizador de Internet.

En este sentido, Salaverría (2009), apunta que la convergencia tiene un propósito particular que tiene que ver del movimiento de un lugar a otro. En cuanto a la comunicación señala que es un proceso de incorporación de tecnologías digitales que impacta a medios de comunicación, y provocan un importante cambio en aspectos tecnológicos, empresariales, profesionales y de contenidos.

Capítulo tres

Políticas y alfabetización en la provincia de Loja

3.1 Políticas públicas

Las políticas públicas, son las acciones desarrolladas por el Gobierno, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los habitantes de una nación. Por lo general surgen de los procesos de investigación, de los análisis de factibilidad y disponibilidad de recursos económicos del Estado. Se cumplen con la participación de los ciudadanos que son los responsables de enfocar las problemáticas existentes.

Para desarrollar esta investigación se debe identificar, cuáles son las acciones y proyectos que se han planteado en el Ecuador para la reducción de desigualdades y la incorporación de los adultos mayores a los nuevos sistemas de comunicación.

Así se tiene ‘Mis Mejores Años’, proyecto que está destinado a mejorar las condiciones de vida de los adultos mayores en condiciones de pobreza extrema y “es una propuesta operativa del Estado Ecuatoriano, que, en base al enfoque del envejecimiento activo y saludable, busca mejorar la calidad de vida de las personas mayores de 65 años” (Secretaría Técnica Plan Toda Una Vida [STPTUV], s.f.).

De su parte el Ministerio de Educación viene ejecutando una campaña de alfabetización denominada “Todos ABC, Alfabetización, Educación Básica y Bachillerato Monseñor Leonidas Proaño, con el objetivo de movilizar a la sociedad para Alfabetizar, completar la educación Básica y dar continuidad a la formación de los ecuatorianos durante toda la vida” (MinEduc, s.f.).

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), también tiene un programa del adulto mayor en el cual se ofrecen distintos talleres de terapia ocupacional, recreativas y de integración, dirigidas a mejorar el estilo de vida de los adultos mayores e impactar positivamente en su salud física y mental (IESS, s.f.).

En los tres casos expuestos anteriormente no existen registros, que se hayan generado procesos de inclusión de los adultos mayores en programas sociales o de alfabetización con el uso de las TIC. Proyectos que son tan necesarios e indispensables actualmente, sobre

todo cuando se habla de inclusión, sin plantear que las desigualdades en la actualidad se pueden generar por el aislamiento tecnológico de los diferentes segmentos sociales.

En el año 2019 el Gobierno del Presidente, Lenin Moreno, ha retomado 'La Estrategia Ecuador Digital' que fue planteada en el año 2011, y que entre otros objetivos precisaba "mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía" a través de la capacitación de la población en el uso de nuevas TIC, además, pretende generar procesos de capacitación y formación continua para la vida, con enfoque de género, generacional e intercultural articulados a los objetivos del Buen Vivir, que era como se denominaba el plan de Gobierno del expresidente Rafael Correa. A pesar de ese anuncio, con la llegada de la pandemia del Coronavirus, varios sectores, principalmente del sistema educativo, pudieron palpar que poco se ha podido avanzar en la dotación de conectividad y uso competente de las TIC (MinTel, 2011, p. 10).

'La Estrategia Ecuador Digital' ha cambiado su perspectiva. El actual Gobierno ha impuesto su propio sello. Ha descartado la alfabetización digital como principal objetivo y hoy contempla como prioridad la transformación digital en todos los sectores económicos para potenciar la competitiva y la productividad" (MinTel, 2019).

Sin embargo, entre otros objetivos que propone la "La Estrategia Ecuador Digital' si consta el desarrollo de los procesos educativos para niños y jóvenes en base al uso de las TIC fomentando el pensamiento lógico computacional. Al mismo tiempo, "contar con capital humano formado en las nuevas tecnologías que apalanquen la transformación digital", son de las propuestas más importantes en el tema educativo. El proyecto está planteado en fases y etapas hasta el 2021, para entonces el Gobierno Nacional aspira tener puntos de conexión gratuita en todos los municipios del Ecuador y pretenden que los trámites del Gobierno central se realicen en un 80% utilizando el Internet. Según el MinTel, (s.f.) la aplicación de la estrategia permitirá "proteger a la sociedad frente a las amenazas cibernéticas. Generar confianza en el uso del Internet. Fomentar el desarrollo económico y social basado en el uso de las TIC" (MinTel, s.f.).

Guerrero (2019), expone que, en Ecuador, la política pública sobre accesibilidad digital no considera a los adultos mayores dentro de este sistema, añade que son invisibles para la implementación de una política pública sostenible de acceso a las TIC, particularmente aquellos que residen en zonas rurales de la Sierra Centro del país que son las zonas con menor índice de conectividad. Del mismo modo, cuestiona que Ecuador no cuenta con los medios para incluir a los adultos en lo que él llama la Cuarta Revolución Industrial, pues aduce que la estructura pública es débil, y cita como ejemplo que la Ley de Apoyo al Adulto Mayor, que no beneficia con descuentos en materia tributaria por tecnologías y tampoco hay preferencias para acceder a Internet, añade que en Ecuador las conexiones tienen costos elevados y su calidad es de las peores de Latinoamérica (Efrén Guerrero, comunicación personal, 23 de junio de 2020).

La implementación de políticas públicas posibilita a los ciudadanos apropiarse de las TIC. Estas son indispensables en la construcción de la denominada Sociedad de la Información, porque todos los conceptos de implementación de tecnologías se presentan alrededor del sector público. El Gobierno, es el responsable de establecer vías para el desarrollo socioeconómico del país, proyectos y programas en el que todos los sectores se pueden incluir para la generación de recursos, por eso los procesos deben ser permanentes considerando que la lucha por una sociedad más justa es una tarea colectiva.

3.2 Procesos educativos

Los procesos educativos comprenden un campo muy amplio y son sistemas que están en permanente transformación. Se fundamentan en la transmisión de conocimientos, obedecen a una planificación, tiene como principales actores a las autoridades, maestros, alumnos y padres de familia. Su presencia se reduce a los sistemas educativos regulares, en escuelas, colegios, institutos tecnológicos y universidades.

En el Ecuador los procesos educativos se fundamentan en el currículo de estudios, en el cual se pone en manifiesto del proyecto educativo que los integrantes del sistema educativo nacional deben seguir; se elaboran con el fin de promover el desarrollo y la socialización de

las nuevas generaciones facilitar el seguimiento de pautas de acción u para hacer realidad estas intenciones y comprobar su efectividad y sus fallas (MinEduc, s.f).

Un documento del Ministerio de Educación (s.f) indica que en el Ecuador los procesos educativos se han desarrollado con un currículo que entró en “vigencia en el régimen sierra en septiembre de 2016, y en el régimen costa en 2017”. Además, en 2018 se realizó una reforma al acuerdo ministerial 00020-A que es donde se especifica el contenido del currículo. En un capítulo anterior se indicó que, en base a la Estrategia Ecuador Digital, el Gobierno aspira solucionar los temas de brecha digital y fortalecer los procesos institucionales y educativos con base en las tecnologías, pero en los documentos en donde se establece el currículo de estudios en el país, no constan las materias de uso de las TIC, ni siquiera de computación.

Esta situación se ha convertido en un gran problema para quienes están inmiscuidos en los sistemas educativos, y estos se han hecho más notorios con la llegada de la pandemia del Coronavirus, pues los niveles de deserción estudiantil han crecido. Esto ha llevado a las autoridades educativas a plantear como un objetivo principal el evitar que los estudiantes abandonen las escuelas y colegios en tiempos de crisis.

Es importante rescatar del sistema educativo ecuatoriano, que en el acuerdo ministerial 00020-A, que se encuentra en vigencia, de fecha 18 de septiembre de 2018, firmada por el exministro Fander Falconí, aparece el planteamiento de alternativas para prevenir la violencia, particularmente en los centros Educación General Básica, mediante la implementación de una hora académica denominada “Desarrollo Humano Integral” (MinEduc, 2018).

Todos estos antecedentes sugieren que es necesario actualizar el currículo de estudios para fortalecer los procesos educativos y poder reducir la denominada brecha digital. No se puede estar educando y a la vez excluyendo a los niños del uso de tecnologías, sobre todo por la gran importancia que estas tienen en los sistemas de desarrollo socioeconómico.

Se debe acoplar y revisar sistemas educativos que son reconocidos a nivel mundial, los mismos que se presentan en países como Finlandia, en donde los índices de analfabetismo

son extremadamente bajos. El éxito del proceso educativo de Finlandia no solo está en la transformación de su currículo de estudio, si no que su éxito también se basa en el uso de las TIC, en este país, tienen todos los días equipos y aplicaciones para la tecnología de la enseñanza y están en uso en la mayoría de las escuelas finlandesas (Fernández, 2017).

La principal transformación del sistema educativo de Finlandia se presentó entre 2014 y 2016 y obligó a las instituciones educativas a una profunda reforma arquitectónica, para crear espacios abiertos, coloridos y tecnología al servicio de su educación. Esto ligado a una gran preparación de los docentes (Fernández, 2017).

La importancia de las tecnologías en los procesos educativos representa un gran avance, porque puede llegar a ser un complemento que le aportaría nuevas herramientas para romper los esquemas de la vieja escuela, desde la perspectiva de ponerse al nivel de los grandes sistemas educativos en el mundo, debido a los múltiples cambios que ha experimentado la sociedad y sobre todo la perspectiva educativa.

3.3 Educomunicación

La Educomunicación, es un término eminentemente académico, muy utilizado en la actualidad. Se define su significado a partir de los conceptos de educación y comunicación. Cobra relevancia con la llegada de las TIC y se vuelve fundamental a la hora de combatir la brecha digital, que se hace fuerte a partir de los procesos de globalización. En este sentido, Aguaded (2005), plantea que existe un nuevo contexto para la educación y que las tecnologías tienen una gran influencia en el cambio de valores: la digitalización de la sociedad se define como un universo, en donde los medios no solo han cambiado la forma de transmitir conocimientos, si no que hoy constituyen un escenario propicio para la educación (p. 28-29).

La Educomunicación se presenta como una alternativa que se basa en la interrelación y en la participación de todos sus actores. Para su implementación se requiere un cambio de actitud, lo que permitirá a las personas ser protagonistas de los procesos de diálogo en el sistema educativo a partir del uso competente de las tecnologías. Estos procesos aún no son implementados en la sociedad, para ello se necesita mostrar una actitud participativa de parte de todos los sectores involucrados.

Montel (2012), plantea alternativamente otro concepto sobre la Educomunicación, señalando que este “es un término que involucra interacción, conocimientos y sentido de pertenencia en una sola llave hacia el aprendizaje; eventos que en el diario vivir son desligados de la manera más cruda posible por la pedagogía de hoy”.

Para consolidar la posibilidad de establecer un verdadero sistema sobre la teoría de la Educomunicación, es necesario remover grandes paradigmas, hasta conseguir que el Estado pueda consolidar esta alternativa como política pública, generando todas las condiciones para el desarrollo pleno de un sistema educativo de vanguardia, en donde la utilización de los medios de comunicación sea primordial.

La innovación y el reconocimiento de derechos a partir de la lucha para reducir desigualdades, es una premisa elemental para iniciar un nuevo camino que permita incorporar con todas sus bondades a los medios de comunicación en el fortalecimiento de procesos educativos.

En este aspecto, Barbas (2012) aporta con el siguiente criterio:

“La Educomunicación, concibe el aprendizaje como un proceso creativo donde sólo es posible la construcción de conocimientos a través del fomento de la creación y la actividad de los participantes. El conocimiento no es algo dado o transmitido sino algo creado a través de procesos de intercambio, interacción, diálogo y colaboración. La Educomunicación debe favorecer este tipo de dinámicas de aprendizaje donde la creatividad es, objetivo y método en procesos de análisis y experimentación permanente” (p. 166).

Un término que se repite en casi todos los conceptos que se han revisado de Educomunicación, es la participación. Esto significa que los campos de aprendizaje deben ser motivados por un trabajo conjunto y permanente, que facilitará el intercambio de conocimientos. Con este antecedente lo que la Educomunicación permite es la interrelación de diferentes sectores sociales en los que se involucra la familia, su entorno, el sistema educativo y por supuesto los nuevos medios sociales.

Como se indicó anteriormente otra de las principales características de la Educomunicación, es la interactividad. Los procesos de inclusión de adultos mayores se deben generar con su participación, y “la participación solidaria exige interactividad. Hoy, la nueva tecnología aporta los mecanismos y condiciones necesarias para ejercerla y lograrla”, entonces, los procesos de Educomunicación van convirtiéndose en elementos propios para reducir desigualdades (Martínez, 2016, p. 006).

Cuando se habla de interactividad, se está sosteniendo la intención de que los procesos comunicativos se generen con la participación crítica de los ciudadanos y en particular de los adultos mayores, para que estos tengan mejores posibilidades de interactuar y colaborar con los procesos educativos para la trasmisión eficaz del conocimiento.

García, Gozávez y Aguaded (2014), explican que el acceso masivo a las nuevas tecnologías provocado por la revolución tecnológica y digital (Internet, ordenadores, smartphones) ha provocado una necesidad constante de mejorar la vida de las personas.

En esta investigación se ha mencionado que los adultos mayores, son un grupo generacional que por diversos motivos se ha excluido del uso de las TIC. Es importante que cada uno de los ciudadanos asuma la responsabilidad de contribuir al desarrollo de la sociedad en el fortalecimiento de las competencias mediáticas. En la actualidad se experimenta el auge de las tecnologías, por ello es necesario generar procesos de Educomunicación para incluir a los adultos mayores en los medios sociales, a partir de la generación de las competencias mediáticas.

Finalmente se puede señalar que la Educomunicación tiene como objetivo capacitar a las personas para que puedan asimilar y presentar una opinión crítica frente a los contenidos que se comparten en los nuevos medios de comunicación, no permitiendo que el individuo se convierta en simple consumidor, sino más bien que las personas puedan escoger los medios de comunicación que consideren importantes y que los contenidos sean útiles para convertirse en elementos con capacidad crítica y la posibilidad de innovar (Rivera, Velásquez, Marín, Mier y Celly, 2015, p.43).

3.4 Alfabetización mediática en la provincia de Loja

La alfabetización mediática, es el proceso a través del cual las personas se vuelven competentes y capaces de acceder a cualquier sistema de comunicación. Con la alfabetización mediática se procura formar a los individuos para la incorporación al sistema educativo de un sinnúmero de elementos y contextos que sirven impulsar la creación de productos mediáticos. En este proceso se incluyen lenguajes y nuevas formas de expresión basadas en elementos audiovisuales (Gutiérrez y Tyner, 2012, p. 10).

Loja es la provincia más austral del Ecuador. Su estructura la conforman 16 cantones y 78 parroquias rurales. Según el INEC (2010), tiene una población de 448.966 personas aproximadamente. En lo que corresponde a procesos de alfabetización mediática no existen registros de programas y proyectos que se hayan desarrollado para educar a los adultos mayores en el uso de las tecnologías.

Ninguna institución u ONG, ha planteado un proceso formal de educación mediática, a pesar de que instituciones como la UTPL, a través de sus equipos investigadores han desarrollado varios estudios en el campo de las tecnologías, todos ellos encaminados a reducir las desigualdades.

El MinEduc, institución rectora del sistema educativo en el Ecuador, no ha intervenido en procesos de enseñanza y manejo de TIC para adultos mayores en la provincia de Loja. Sin embargo, en los últimos meses, Magda Zalazar (2020), indica que se han realizado más de 20 seminarios, cursos y webinars para fortalecer las habilidades y competencias tecnológicas. También, menciona que han recibido el apoyo de la Universidad Técnica de Machala (UTM), Universidad Nacional de Loja (UNL) y UTPL en la zona siete (Loja, El Oro y Zamora), para implementar sistemas de educación en base al uso de las TIC; además, se han impartido varios cursos con el apoyo de ONG. En los meses de marzo, abril y mayo de 2020, todos los docentes se han capacitado en mecanismos de manejo de aulas virtuales y manejo de herramientas tecnológicas para la educación (Magda Salazar, comunicación personal, 10 de junio de 2020).

Refiriéndose a este tema, el coordinador general de la Prefectura de Loja, Jorge Zárate Castro, mencionó que:

“Desde el Gobierno Provincial se realizaron dos procesos de alfabetización, pero no hemos considerado el uso de las tecnologías. En Ceibopamba existe una casa de acogida para adultos mayores y desarrollamos un proyecto de alfabetización, realizamos un convenio con un colegio de Malacatos y sus alumnos intervinieron. Lo mismo se replicó en la cabecera provincial y el proyecto continuará en San Lucas, pero no se ha planificado educación digital” (Jorge Zárate, comunicación personal, 9 de abril de 2019).

Jorge Martínez, director del departamento de TIC del Distrito 11D06 del MinEduc, con incidencia en los cantones, Calvas, Gonzanamá y Quilanga, dice que la institución en que labora:

No ha desarrollado ni planificado procesos de alfabetización digital. Se tiene el bachillerato virtual, pero es complicado levantar un proceso de alfabetización digital para adultos mayores. Ahí deben intervenir otras instituciones como el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) o el IESS, y claro el sistema educativo debe ser siempre rector de los procesos de alfabetización (Jorge Martínez, comunicación personal, 7 de abril de 2019).

Una acción positiva que no deja de ser un caso aislado se suscitó en la provincia de Loja, concretamente en Macará. La Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús, participó de una invitación que les realizó una importante empresa telefónica a sus docentes para que se capacitaran en el uso de las TIC. La rectora de la institución, Hna. María Arévalo, hizo conocer que ahora cuentan con aula virtual móvil, que es llevada por todos los salones de clase. “Hicimos autogestión y aprobamos un curso, tenemos 48 tablets, los maestros de segundo a séptimo año están en capacidad para manejar los dispositivos móviles, esta es una primera etapa, queremos ser pioneros en la educación con tecnología”, sostuvo (María Arévalo, comunicación personal, 13 de agosto de 2019).

Con estas particularidades es importante recordar que la presente investigación se desarrolla en la provincia de Loja, concretamente en los cantones, Calvas, Gonzanamá y Quilanga. En esta zona tampoco existen registros de que se hayan ejecutado procesos de alfabetización mediática en adultos mayores. Quienes utilizan dispositivos móviles han aprendido por cuenta propia o se han apoyado en familiares, todo por la necesidad que tienen de comunicarse con el resto de la sociedad.

La importancia de la alfabetización mediática se concentra en que se está desarrollando en una sociedad que se mueve a partir de los medios de comunicación, en donde se necesita estar conectados para no aislarse de los procesos productivos, pero considerando siempre que no basta con acceder a Internet o poseer dispositivos electrónicos, los procesos deben apuntalarse hasta que los ciudadanos se apropien de los nuevos modelos de comunicación.

La alfabetización mediática permitirá crear individuos activos y con opinión crítica frente a los retos que exige la sociedad actual, pero el proceso educativo debe estar sometido a las recomendaciones que hacen multilaterales como la ONU o la Unesco, que plantean formar educadores en medios y sobre todo se necesita ordenar los sistemas para que la educación pueda tener éxito (Rivera, Ugalde, González y Carrión, 2016, p. 2370).

En esta parte del país la situación se vuelve más compleja, debido a los bajos niveles de conectividad, a factores económicos y generacionales, sin dejar de citar que es importante la irregularidad geográfica que tiene la provincia lo que dificulta el acceso de Internet a varios sectores.

Capítulo cuatro

La sociedad de la información y los adultos mayores

4.1 La sociedad de la información

En los últimos años la Sociedad de la Información se convirtió en el término más preponderante en la actualidad. Se refiere a la gran relevancia de la información y a la interrelación que se genera a partir de las grandes transformaciones tecnológicas. En esta línea, Sánchez, González y Sánchez Muñoz (2012), precisan que: el concepto de Sociedad de la Información surge cuando los expertos notan que sociedad industrial empieza a tener un acceso casi ilimitado a la información, y esto es casi tan importante como el acceso a los bienes económicos y materiales.

La Sociedad de la Información se ha desarrollado a la par del fenómeno de la globalización. Se podría decir, que es la evolución de la sociedad, y no solo está precedida por los avances tecnológicos, sino que su aplicación y fundamentación está enmarcada en factores sociales, económicos y políticos. La sociedad actual se caracteriza por ser contemporánea de la revolución digital y de las nuevas concepciones del hombre, con ello también aparecen conceptos vanguardistas como este, que engloba la idea de vivir en una sociedad interconectada que permite la circulación de la información de manera instantánea desde los lugares más alejados del mundo.

Castells (1999) define a la Sociedad de la Información, como el “estadio de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y administración pública) para obtener cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera” (p. 20).

El concepto de Sociedad de la Información tiene un soporte en el desarrollo de las TIC y es la más clara definición del entorno en el que se convive actualmente. Su importancia se fundamenta en la velocidad con que circula la información sin importar distancia ni horario. Fácilmente, cualquiera puede enterarse de lo que sucede en este momento al otro lado del mundo.

Otros conceptos referentes a la Sociedad de la Información la especifican como el campo en el cual las TIC facilitan la creación, distribución y manipulación de la información, además, juegan un papel indispensable en las actividades sociales, culturales y económicas. La Sociedad de la Información está enfocada en la persona, es integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades y oportunidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejorar de su calidad de vida (MinTic, 2019).

Las grandes transformaciones que ha experimentado la humanidad a raíz del desarrollo de las tecnologías, han supuesto la incorporación masiva de las sociedades al uso del Internet, dejando como consecuencia una gran interactividad e intercambio de información. Este fenómeno tan nombrado se denomina “Sociedad de la Información – SI, porque a través de las TIC se facilita el acceso y uso de grandes cantidades de información” (Sánchez, González y Sánchez Muñoz, 2012).

En la Sociedad de la Información la educación del individuo es fundamental, pues las grandes cantidades de información que posee deben ser percibidas de manera consciente para que ese proceso de interactividad le permita integrarse a la sociedad de manera favorable y no ser un instrumento inconsciente de los grandes poderes mediáticos que al final persiguen un beneficio propio. Pues en el Internet se encuentra desde noticias falsas hasta grandes concursos que terminan siendo estafas.

Campos (2003), sostiene que en la Sociedad de la Información existen:

“Más facilidades para que la democracia se desarrolle y el ciudadano la sienta más próxima y suya. Algunos teóricos de la democracia confían incluso en que las nuevas tecnologías brinden formas de participación más adecuadas a la actualidad y que ello redunde en beneficio de la vida pública” (p. 11).

El concepto de Sociedad de la Información se empieza a fortalecer a partir de la década de los 90, y su principal línea de conducción ha sido la evolución de los medios de comunicación tradicionales y la consolidación del Internet como principal plataforma de

comunicación. De este modo se han establecido nuevos escenarios y otros modelos para desarrollar la cotidianidad, desde modificar los campos de estudio, trabajo e incluso las formas de distracción.

Es tal el cambio de mentalidad que existe que la automatización de todos los sistemas ha llevado a explotar nuevas habilidades y destrezas. Ahí, Campos (2003), puntualiza que no es suficiente la tecnología para superar los problemas de participación y democracia, pues también considera que es necesario que en la Sociedad de la Información “los medios puedan utilizar espíritus cultivados”, es decir que sean pensados y trabajados desde la perspectiva ciudadana (p. 11).

4.2 Consumidores de productos digitales

En el pasado quedo la persona que, a pesar de las abundantes ofertas, hacía caso omiso de los productos que estaban a su disposición. Actualmente, los consumidores y de forma particular los de productos digitales, atienden las ofertas y por supuesto mantienen siempre el poder de adquisición de productos digitales que consideren necesarios. Es que la tecnología se ha desarrollado tanto que los consumidores pueden incluso ser parte del proceso de fabricación del producto que van a consumir. Todo esto porque los procesos de comunicación son innumerables, al punto que el individuo interactúa con los fabricantes de la marca del celular, la computadora o la tablet que comprará.

La llegada de Internet ha supuesto cambios cuantitativos y cualitativos importantes. La forma de trabajar, adquirir productos, informarse y hasta relacionarse ha sufrido adaptaciones a este nuevo medio, el medio digital. De esta manera se encuentran nuevas tendencias en términos de conectividad, control, personalización, comercio y comunicación que configuran un nuevo consumidor. Los consumidores de productos digitales permanecen estrictamente ligados a los medios de comunicación y al Internet. Ellos están siempre conectados y por lo general son capaces de generar información e interactuar con cualquier persona alrededor del mundo. “Esto le convierte en un consumidor muy informado y actualizado que pasa a tener un componente importante de control de la imagen y comunicación de las marcas, debido a esa alta conectividad y su poder de prescripción (Relaño, 2011, p. 44).

Según los estudios el consumo de productos digitales está ligado a los niveles de conectividad de las personas. “El consumidor digital en el Ecuador se basa mucho en cuanto al acceso que tiene a la tecnología, a los grupos de edades que utilizan con mayor frecuencia este tipo de herramientas y al alcance económico que tenga para adquirirlo” (Guaña, Alvear y Ortiz, 2015, p. 239).

Los productos digitales están en el Internet y son propuestos a través de varias plataformas, que convierten al público general en consumidores de toda clase de mensajes, que son emitidos y receptados de acuerdo con la conveniencia de las grandes empresas. He ahí la gran necesidad de desarrollar competencias digitales, para ser crítico de los productos que se consumen.

Con esta premisa, Codina (2000), realizó una definición de los productos digitales, a los que también los llamó recursos digitales o electrónicos, argumentando que es un término abstracto para referirse a cualquier documento o servicio de información en formato digital. El término incluye recursos en línea, típicamente a través de Internet y fuera de línea, por ejemplo, a través del uso de discos ópticos y otros dispositivos masivos de memoria. La tipología de tales recursos digitales es muy variada, y puede ser considerada desde puntos de vista muy distintos.

Así también, Tyner (2008), considera, que los productos digitales y “los nuevos medios expanden la pantalla hasta incluir entornos interactivos, simulados, virtuales, y presentes allí dónde miremos”. Por eso los medios de comunicación, en la Sociedad de la Información no pueden ser esquivos en los nuevos procesos educativos y de alfabetización mediática (p. 80).

Capítulo cinco

Los adultos mayores como audiencia

5.1 Las nuevas audiencias

Las audiencias son los públicos que consumen productos comunicacionales a través de medios de comunicación y medios sociales. Con diferentes necesidades y características, pues mientras unos buscan entretenimiento, otros quieren informarse; y otros simplemente interactuar con su entorno familiar y social.

Las actividades en el entorno digital crecen a diario. La rapidez con la que circula la información en Internet, su omnipresencia y fácil acceso, de a poco va desplazando a un segundo plano a los medios de comunicación tradicionales como la Radio, Televisión y la Prensa. En este escenario las redes sociales y los nuevos modelos de comunicación generan una gran interacción social que cada día cautiva a mayor cantidad de usuarios, por la posibilidad que brindan de consumir y generar contenidos. Otra particularidad de las nuevas audiencias es que con abundancia de información y contenidos el individuo elige cuándo, dónde y qué es lo que desea consumir (Rodríguez, Rivera y Velásquez, 2020, p. 46-47).

Las nuevas audiencias, no son simples consumidores, también son generadores de contenidos. En los medios sociales están en permanente contacto con las grandes cantidades de información que circula. Aquí el individuo tiene la facultad de asimilarla, procesarla, compartirla, desecharla y modificarla.

Para las agencias de rating y empresas comerciales de medios, las audiencias son cifras, son segmentos cuantitativos en los que se divide la sociedad con respecto a su exposición y preferencias a algún medio. Desde otra perspectiva, la de los anunciantes, las audiencias son potenciales consumidores de los productos y servicios publicitados en los medios, a las que hay que convencer de sus bondades (Orozco, 1997, p. 27).

Cuando se habla de medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y prensa), en los últimos años, estos en han experimentado una fuerte disminución en sus audiencias. El desarrollo tecnológico y el crecimiento del Internet han determinado que las audiencias

cambien el control remoto y el papel periódico, por las pantallas táctiles de dispositivos electrónicos y las variadas plataformas digitales.

Sin lugar a duda, el Internet y las redes sociales es el escenario en donde se reúnen las audiencias para intercomunicarse con nuevas formas. Los avances tecnológicos y la consolidación de la Sociedad de la Información han convertido al individuo en un actor permanente de los procesos comunicacionales, debido a la facilidad que existe para integrarlos al mundo de las TIC.

Igualmente, Sales (2018), puntualiza que:

“En las redes sociales, todos hablamos, chateamos, leemos, miramos, comentamos, valoramos y compartimos. Cada día construimos una nueva realidad que alimenta la siguiente y así tejemos una cadena infinita de conocimiento que va mucho más allá del concepto de Internet o de Red. Ésta es social, donde participan todo tipo de personas desde cualquier lugar, situación y momento”.

Sin control alguno, en materia de contenidos, los medios sociales se han convertido en los espacios donde las audiencias se informan, se entretienen y hasta buscan elementos educativos para su autoformación. Lo más importante es que sin restricción y con todos los peligros que representa exponer la privacidad, los usuarios han optado por volverse amantes de la tecnología, y de a poco su actividad diaria ha ido teniendo como herramienta de acción los dispositivos móviles.

5.2 Adultos prefieren la TV

Los adultos mayores tienen el derecho a comunicarse y a recibir información de calidad. No pueden bajo ningún concepto ser excluidos de los procesos comunicativos que se desarrollan a raíz del uso de las tecnologías. Es importante mencionar que en el Ecuador han existido significativos avances en materia de derechos e inclusión para los adultos mayores, pero es necesario implementar políticas que permitan contribuir a la reducción de la brecha digital, que aísla a este grupo etario del uso competente de las TIC.

Los adultos mayores son audiencias que se sienten identificados con los medios tradicionales (prensa, radio y televisión), ya que siempre los han utilizado, los conocen y han

sido testigos de su evolución. Por ello les resulta difícil acoplarse a la gran cantidad de información que circula en el Internet, aunque en los últimos años el número de adultos mayores que utiliza las TIC ha crecido considerablemente.

En esta línea, Durán (2017), indica que es imposible decir que los adultos mayores de hoy no han estado expuestos con anterioridad a los cambios tecnológicos, porque ciertamente han vivido con ellos puesto que han sido testigos desde el teléfono y la radio, hasta la televisión. Sin embargo, en este momento hay un reto particular relacionado con la revolución que el Internet trajo a la sociedad, lo que se ha reflejado en nuevas maneras de interactuar, de adquirir productos y servicios o de compartir vidas y recuerdos (p.12).

En esta parte es necesario asentar cuáles son las preferencias de consumo los adultos mayores en Internet; es inevitable recordar que los medios tradicionales y particularmente la televisión entregaban las viejas series y los típicos programas de noticias, lo que la posesiona como la preferida en los adultos mayores. Tal como lo ratifica Rodríguez (2005), al mencionar “que quienes más televisión consumen proporcionalmente al número de personas que hay en su grupo, son los ancianos, es decir, los mayores de 65 años”.

Aunque también es necesario indicar, que esa realidad ha ido cambiando: los adultos mayores cada vez son más en los medios sociales y las preferencias se inclinan por utilizar Facebook. Un argumento válido del porque los adultos mayores utilizan Facebook sería que “les permite evitar el desgaste cognitivo, la depresión y el aislamiento debido a que las interacciones sociales frecuentes generan sensación de bienestar” (Vite, Saldaño, Martín y Gaetán, 2013).

Otro de los motivos por los que los adultos mayores utilizan Facebook según Vite, et al. (2013), es para mantener contacto con sus familiares y entorno social “ya tienen valores más altos en cuanto a satisfacción social y confianza en la tecnología”.

5.3 Formación y autonomía de la audiencia

La participación y permanente de los ciudadanos en las redes sociales es un fenómeno que no se puede ocultar. La formación y educación del individuo para la participación de los nuevos procesos comunicativos es indispensable. Y la incorporación de los adultos mayores

al mundo de las tecnologías debe estar presidida de un proceso de alfabetización mediática que contribuya a la democratización del Internet.

En el contexto mediático actual donde múltiples dispositivos tecnológicos configuran el mencionado ecosistema, resulta básico el saber concebir, producir y vender productos, de ahí que se asista a la necesidad de intervención formativa. La educación, de forma análoga, ha de favorecer el desarrollo de las competencias que permiten la búsqueda y selección de la información (Caldeiro, 2014, p. 326).

Consolidar una audiencia con autonomía y capaz de manejarse de manera correcta en los medios sociales e Internet, es un objetivo que solo se puede lograr a través de la generación de procesos educativos. Caldeiro (2014), precisa que la falta de procesos educativos se ha convertido en la esencia de un problema que preocupa a varios sectores. “La vulnerabilidad y la posibilidad de manipulación de los sujetos que no son capaces de evaluar y valorar la información que maneja” (p. 165).

La formación de las audiencias y los procesos de alfabetización digital, no deben ser responsabilidades endilgadas únicamente al Estado. Es el momento de empezar a generar proyectos que permitan incorporar otros actores que contribuyan con los procesos educativos. Por ello hay que llevar esta discusión a las universidades, para que impulsen programas de investigación que posibiliten tener una audiencia más crítica de la realidad. Las organizaciones no gubernamentales, los empresarios y las organizaciones sociales, también deben ser parte de la educación de los públicos, todo esto al final desembocará en una mejor sociedad.

En este sentido, Orozco, Navarro y García (2012), precisan que la formación de audiencias activas implica la creación de modelos de enseñanza-aprendizaje, insertos en los currículos universitarios, que den protagonismo a la libre expresión de los estudiantes y a la reflexión permanente de las nuevas lógicas de interlocución. Ni la interactividad, ni las posibilidades tecnológicas que se les brindan a las actuales audiencias son suficientes para el desarrollo de una sociedad del conocimiento; solo una formación integral que aproveche las inmensas potencialidades de la nueva cadena de valor que ofrece el actual contexto digital

podrá convertir a las nuevas audiencias en verdaderos usuarios críticos de una comunicación auténticamente global e integradora (p. 70).

Se considera que, desde estos espacios se puede contribuir a la formación de las audiencias, utilizando principalmente los medios sociales. Insistentemente hay que trabajar en las diferentes plataformas digitales, generando productos educomunicacionales, con el objetivo primordial de atrapar un público que sea consciente de que el aprendizaje es permanente, después formado y competente en materia digital, y listo para contribuir en los procesos de desarrollo a partir del uso de las TIC.

Capítulo seis

Desarrollo autónomo del adulto mayor

6.1 Enfoque social

El enfoque social tiene un carácter crítico sobre la posición predominante de las tecnologías. Posee un carácter interdisciplinario porque incluye otras disciplinas sociales y técnicas como filosofía, ciencia, tecnología sociología, economía y educación (Quintero, 2010, p. 224), por nombrar algunos.

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020) la población de adultos mayores ha registrado un crecimiento significativo en los últimos años, señalando que, en 2018, y por primera vez en la historia, las personas de 65 o más años superaron al número de niños menores a cinco años en todo el mundo. En 2019 se estimó un aproximado de 143 millones de adultos mayores en el mundo, pero para 2050 se estima que llegarán a 426 millones.

Con este cambio en la composición de la población también empiezan a generarse nuevas necesidades, que tienen que ver con las limitaciones físicas y sanitarias que se presentan a raíz del envejecimiento de las personas. Estas obligan a los gobiernos a plantear soluciones para atender con prioridad a este grupo generacional poseedor de derechos.

Aunque en todos los niveles de la sociedad existen problemas y necesidades. En los adultos mayores la principal problemática que deben afrontar es la dependencia funcional. Es decir, por lo general necesitan del apoyo de otra persona para realizar actividades, principalmente físicas. La llegada y gran desarrollo de las tecnologías ha generado la posibilidad de que los adultos mayores se incorporen a los diferentes procesos sociales y comunicativos, para el mejoramiento de su calidad de vida.

Para este grupo generacional la familia tiene una relevante importancia. Porque “el principal sistema social del anciano y el apoyo que recibe viene de su familia. Se trata de una unidad social sujeta a las presiones y condiciones de su entorno cultural, económico y político de un momento dado”. Entonces, para el desarrollo de las capacidades e incorporación al

mundo de las TIC, el entorno familiar también es significativo (Zavala, Vidal, Castro, Quiroga y Klassen, 2006, p. 54)

Las tecnologías están ahí, son un mundo que descubrir para aprender a convivir con ellas. De esta manera, si la familia se convierte en el soporte que necesita el adulto mayor en aspectos funcionales y físicos, también debe apuntar a sostener el desarrollo de competencias digitales en los adultos mayores.

El entorno familiar debe llevar a la inclusión social de las personas en la etapa de envejecimiento. Aunque es importante la predisposición para la utilización de las tecnologías, se “determina a partir de las percepciones sobre facilidad de uso y de utilidad... Los adultos mayores son sujetos sociales con derecho a ejercitar su ciudadanía, aportar y participar activamente en los procesos sociales democráticos en un espacio intergeneracional que no estigmatice” (Casamayou y Morales, 2017, p. 214-217).

Las nuevas generaciones simplemente han tenido mejores posibilidades de instruirse y educarse, a pesar de ello en el entorno existe una gran deficiencia en el manejo de los dispositivos electrónicos y de las tecnologías, por ello se sostiene que los problemas con los adultos mayores son más graves, pues han tenido que afrontar un mundo que les resulta desconocido y eso implica cambios que hasta determinado punto les resultan agobiantes. Ahí necesariamente debe haber un familiar y el entorno para acompañar los procesos de aprendizaje e inclusión en el Internet.

6.2 La personalidad y calidad de vida

La personalidad es el conjunto de características particulares en aspectos físicos y sociales, que definen el perfil de una persona. Todos los seres humanos son únicos, tienen convicciones propias y responden de manera individual a los acontecimientos a los que están expuestos en el convivir diario. Existen una serie de estudios que determinan que la personalidad y fortaleza emocional de los adultos mayores pueden influir o afectar en aspectos físicos y sanitarios.

Otro aspecto importante para un buen envejecimiento es sin duda la calidad de vida, que equivale a la calidad del envejecimiento; es elegible en la medida en que elegibles son

individual y socio-culturalmente las condiciones en que se vive, actitudes y formas de comportarse, aspectos que siempre tienen que ver con los procesos educativos y el entorno en que se desarrolla el individuo (Botero y Pico, 2007, p. 15).

Para la realización del presente estudio es indispensable analizar estos aspectos, porque de la fortaleza y predisposición que tengan los adultos mayores, dependerá su incorporación al mundo de las tecnologías. Una persona débil de carácter y sin ganas de aprender muy difícilmente asimilará los conocimientos, por más esfuerzos que haga el Estado a través del Gobierno, también es necesario a voluntad de aprender.

La personalidad es un pilar fundamental y base de la voluntad para enfrentar los nuevos retos de la educación en base a las TIC. La calidad de vida en cambio permitirá, a través de sus valores objetivos, que los adultos mayores se integren a la sociedad utilizando las tecnologías como herramienta de participación social.

La participación de este grupo generacional se ha caracterizado históricamente por ser más bien pasiva, marcada por la aceptación de acciones más que por la gestión de sus propias responsabilidades, lo que la ubica más cerca de la marginación social que de la participación, si es que se lo entiende como un proceso capaz de satisfacer necesidades desde la definición de sus propios problemas y también como la capacidad para tomar decisiones que generen la solución de los mismos. Los distintos enfoques sobre el envejecimiento son planteados desde otros y no desde la realidad del propio adulto mayor han influido fuertemente en la forma en que las personas mayores se han asociado. Entonces, será también necesario empezar a plantear en qué momento empieza la verdadera inclusión de los adultos mayores en el uso competente del Internet (Zapata, 193, p. 193).

Ahí radica la importancia de estos trabajos de investigación, que permiten auscultar el pensamiento y las condiciones en las que los adultos mayores desarrollan sus actividades diarias, para desde una realidad propia empezar a plantear soluciones a los problemas de aislamiento social con las tecnologías de por medio.

6.3 La conciencia crítica

La conciencia crítica es el estado de la realidad, en el que se permite, analizar, discernir, seleccionar, configurar y sintetizar. Se centra en lograr una comprensión del mundo lo que permite asimilar y expresar una postura de las posiciones sociales y políticas. La conciencia crítica, también implica la reacción del individuo producto de razonamiento, ante determinadas situaciones que atenten contra el bienestar ciudadano (Díaz, 2008).

En un mundo globalizado y revolucionado por las tecnologías, sin duda alguna que la conciencia crítica cobra relevancia. Pues su importancia radica en que esta capacidad servirá para establecer un estado consiente y real de las actividades sociales que se presentan, y sobre todo de la necesidad de comprender y codificar las grandes cantidades de información que se presenta en Internet.

Con respecto a la conciencia crítica Luque (2019), sostiene que tener una noción de nosotros mismos y los demás es conocido como «conciencia crítica». Esta habilidad es necesaria para cuestionar el poder político y económico. Los medios de comunicación cumplen un rol importante en el desarrollo de esta habilidad al exponer información desde varios puntos de vista, permitiendo al usuario formar su opinión de manera responsable.

La construcción de una sociedad competente es responsabilidad de todos. Uno de los objetivos de los procesos educativos en la actualidad es la construcción de la conciencia crítica. Un pueblo que reclama sus derechos es consciente de que la inclusión social le permitirá mejorar sus condiciones de vida.

El ciudadano capaz de discernir la información, entender y de calificar los contenidos que recibe, es competente. Si se lleva ese concepto al manejo adecuado de las tecnologías, se podría afirmar que un adulto mayor con conciencia crítica es un individuo que podrá participar activamente en los procesos comunicativos que se desarrollan en la Web.

En la actualidad todo el mundo se considera poseedor de la verdad, pero aún sigue siendo sometido a los sistemas de manipulación impuestos por los grandes poderes mediáticos. La construcción de la conciencia crítica es una labor indispensable en la

edificación de una sociedad incluyente y capaz de seleccionar e indagar la gran cantidad de información que recorre Internet.

Por otra parte, la conciencia crítica también tiene que ver con la visión sistémica de las organizaciones humanas que necesariamente deben trabajar en procesos educativos y de inclusión para adquirir la inteligencia de pensar y actuar en conjunto, sobre aspectos relacionados con su responsabilidad social, “la unión de la ética con las actividades económicas y de servicio, nuevos conceptos de liderazgo, formas más participativas de convivencia, de democracia y de disponibilidad de los bienes y tecnologías” (Bernardini, 2011, p.18).

Capítulo siete

Habilidades mediáticas en adultos mayores

7.1 Limitaciones de adultos mayores

Los adultos mayores en la actualidad son una generación que ha experimentado todos los procesos existentes de desarrollo de los medios de comunicación y han tenido que acoplarse a los constantes cambios que exige la modernidad. Los adultos mayores son una parte de la población sensible a los grandes avances tecnológicos, lo cual les impide una participación plena en los diferentes procesos comunicativos a partir de la abundante presencia e importancia del Internet.

En pleno auge del desarrollo tecnológico se convierte en un desafío para los investigadores conocer la forma en que los adultos mayores utilizan tecnologías. Demarcar las bondades y limitaciones, y a partir de esos diagnósticos plantear las alternativas educativas que corresponden, es el objetivo de este tipo de estudios, que buscan tener una sociedad crítica y participativa de los procesos comunicativos a partir de la gran presencia del Internet.

Constantemente se debate sobre el alcance de las tecnologías, pero también es importante desarrollar conceptos que permitan determinar cómo se va a utilizar Internet, considerando siempre los niveles de dependencia de los distintos grupos etarios y más aún de los adultos mayores.

La pérdida de la autonomía personal en determinados sectores de la población de adultos mayores, se derivan no solo del proceso de envejecimiento sino también por motivos: económicos, sociales y culturales, que moldean las representaciones sociales de lo que puede ser normal en las vejez, y que a menudo los obliga a cumplir ciertas reglas, que al final terminan siendo limitaciones para el desarrollo de una vida plena. Dentro del contexto de este estudio, se va a determinar qué es lo que no permite la inclusión plena de este grupo generacional en el mundo de las tecnologías (Olid, Martín, Bruquetas y Blanco, 2016, p.12).

Con este preámbulo se puede determinar que el hecho de contar con conexión a Internet y tener equipos tecnológicos no es suficiente para utilizarlos de manera crítica. Para una plena inclusión de los adultos mayores en el manejo de las tecnologías es necesario

determinar el contexto social y cultural en el que se ha desarrollado la persona, con la perspectiva de identificar qué factores lo excluyen del acceso a las TIC.

Otra limitación, es el cambio que se produce en la memoria del adulto mayor, entendiendo por esta a la capacidad cognitiva de registrar una información, retenerla o elaborarla y posteriormente recordarla. Esta va cambiando a medida que el hombre envejece y entre algunos de los aspectos que dificultan el proceso de memorización en las personas mayores son los siguientes: el problema de los adultos mayores se encuentra en la recuperación de la información, porque el proceso de codificación o registro de la información no es realizado adecuadamente. Los adultos mayores no recuerdan de la mejor manera porque tienen tendencia a utilizar estrategias de aprendizaje menos eficientes o a no utilizarlas. Igualmente, tiene relación más con lo afectivo que con lo cognitivo. La ansiedad, ideas negativas sobre la mala memoria, tendencia a la depresión, etc., inciden en ella (Boarini, Cerdá y Rocha, 2006).

En el Ecuador existen varios estudios sobre la inclusión de los adultos mayores en el mundo de las TIC, y el sistema educativo ha tenido significativos avances en este tema, por lo tanto se necesita plasmar todos estos esfuerzos en proyectos que beneficien a los adultos mayores, considerando que los procesos de formación deben ser continuos para así poder superar todas las barreras que impidan a este grupo generacional mejorar su calidad de vida a partir de la incorporación al mundo de la Web.

7.2 Destrezas y habilidades de los adultos mayores

El acelerado desarrollo tecnológico viene cargado de grandes retos y con ello también se presentan nuevas oportunidades de aprender. Los adultos mayores son un grupo generacional que necesita especial atención para incorporarse a los diferentes sistemas de comunicación. Las tecnologías deben ser el instrumento para impartir nuevos conocimientos e integrar a las personas al conglomerado social que pertenecen.

Los adultos mayores tienen la gran ventaja de la experiencia. Aunque en esta etapa de la vida las personas tienden a sentir un deterioro generalizado, no solo de las capacidades físicas, si no también cognoscitivas. Pero el adulto mayor que sufre alguna especie de

“deterioro cognitivo puede beneficiarse del aprendizaje, siendo un primer resultado una mejora en la calidad de vida y un menor riesgo de que este deterioro empeore”. La estimulación cognitiva no es otra cosa que el entrenamiento del cerebro, es decir la aplicación de varias técnicas para dar impulso a la asimilación del conocimiento (Jara, 2007, p. 7).

En la posibilidad de estimular la capacidad cognitiva de los adultos mayores, es importante incorporar nuevas tecnologías sobre todo para los procesos de alfabetización mediática; esto permitirá fortalecer los conocimientos y por ende el uso competente del Internet será más común. La utilización de celulares y computadoras posibilitará a este grupo generacional mejorar sus capacidades intelectuales e incluso físicas.

Las actividades educativas son las formas más prácticas para estimular la capacidad cognitiva, y en los adultos mayores estos procesos son parte de la modernidad. Es responsabilidad de todos inmiscuirnos en procesos de investigación que permitan implementar programas de educación para explotar las potencialidades de este grupo generacional. En este sentido, los constantes cambios y transformaciones de la tecnología deben ser una guía para potencializar las habilidades que permitan a los adultos mayores utilizar de manera correcta los nuevos sistemas de comunicación.

Los adultos mayores necesitan asistencia familiar permanente y materiales que acompañen los procesos de formación para la inclusión a través de las tecnologías. En este contexto, Ortiz y Castro (2009) precisan: “Los ancianos promocionarán conductas positivas entre sus pares, hecho que los hará vivir con el sentimiento que son capaces de contribuir al desarrollo y al fortalecimiento de la familia y la sociedad” (p. 29).

Es indispensable para este grupo generacional reconocerles un lugar protagónico en la comunidad y eso significa que sus actividades sean importantes para la sociedad. Las habilidades y destrezas que poseen los seres humanos deben ser compartidas con el entorno y para ello la presencia de las tecnologías es fundamental, porque permitirá difundirlas.

Existen varios estudios en donde se señala que las personas en esta etapa de su vida se encuentran en la plenitud de sus facultades y en un momento lleno de posibilidades para sí mismos y para la propia comunidad. La funcionalidad se evidencia en el momento en que

el adulto mayor tiene todas las facultades para realizar las actividades de la vida diaria y puede enfrentar las demandas del ambiente, viviendo de manera independiente (Durán, Obregoz, Uribe y Uribe Molina, 2008, p. 264).

Las tecnologías llegaron para facilitar la vida de las personas y ese objetivo se va consolidando en otros grupos generacionales. De esta forma se debe pensar que con la participación de los adultos mayores en las redes sociales también se puede conseguir resultados que permitan vivir en una sociedad más equitativa. Los procesos de incorporación de este grupo generacional a las tecnologías pueden ser más complejos que las iniciativas aplicadas con otros grupos, pero cuando se trata de reducir la denominada brecha digital se puede unir experiencias en base al conocimiento y esa puede ser una fortaleza para conseguir una participación crítica y propositiva en los medios sociales.

7.3 Competencias mediáticas en adultos mayores de Ecuador

La enseñanza y el aprendizaje deben ser procesos permanentes para los estudiantes, docentes y por consiguiente para los padres de familia, fortaleciendo los sistemas de comunicación, llevándolos de forma sencilla, que faciliten la comprensión de la información recibida y se puedan generar respuestas oportunas utilizando determinadas herramientas digitales, con el objetivo de compartir conocimientos, valores e ideas propias de cada individuo (Rivera, Velásquez y Celly, 2015).

El acelerado avance tecnológico y el posicionamiento del Internet, permiten que los seres humanos tengan a su alcance una incalculable cantidad de datos e informaciones con una velocidad impresionante. Todo esto genera confusión, por ello una importante cantidad de seres humanos simplemente se dedican a consumir, sin detenerse a analizar si la información que reciben es real o en su defecto, si es buena para el desarrollo integral de las personas.

Este problema es más notorio en los adultos mayores, por el simple hecho de que todo lo que tiene que ver con tecnologías es nuevo para ellos. Las personas por naturaleza resisten a los cambios se asustan de los cambios, por eso se está insistiendo en la posibilidad de

implementar políticas de inclusión y educación sobre el uso de las tecnologías, pero con mayor énfasis en este grupo etario que cada vez es más grande.

La política pública debe atender las necesidades de la población a fin de inclinar la balanza en los bienes o servicios socialmente necesarios, cabe revisar el conjunto de leyes, regulaciones, decisiones y acciones por parte del gobierno frente a su interés por promover la inserción de la sociedad ecuatoriana al conocimiento, como derecho ciudadano. Priorizando siempre la participación de todos los sectores en especial de los vulnerables (Valdivieso 2016, p. 43).

En Ecuador se han desarrollado una serie de estudios e investigaciones encaminadas a presentar soluciones a las diferentes problemáticas que son motivadoras de la brecha digital. La intención es generar la participación de los adultos mayores en los diferentes procesos de comunicación y utilización de las tecnologías, teniendo como base siempre la inclusión social.

Los procesos educativos y de inclusión son un tema sumamente relevante en un mundo mediatizado y digitalizado, en el que desde el hogar y en las instituciones educativas se debe preparar a las personas; para de esta manera, obtener en educación en medios y ciudadanos capaces de enfrentar y de ser útiles a la sociedad en esta nueva era de manera eficiente (Rivera, Velásquez, Marín, Mier, y Celly, 2015, p.43).

Con las investigaciones previas que se han desarrollado en el país, se puede determinar que existe una brecha digital bien marcada. Es decir, los conocimientos que tienen de tecnologías los jóvenes se presentan muy superiores a los conocimientos que poseen los inmigrantes digitales. Existe un determinado sector de la sociedad que considera indispensable para su actividad diaria la utilización de herramientas tecnológicas e Internet, mientras que otro sector de la población simplemente no está conectado a la Web y por lo general no sabe cómo utilizar tecnologías.

Varios investigadores lojanos en el Libro Blanco (Rivera-Rogel, 2019), sostienen que en el "Ecuador en los distintos niveles de enseñanza, se pueden vislumbrar una serie de prácticas operativas que junto al apoyo e incorporación progresiva en el currículo educativo

permitirán afianzar la integración de habilidades y conocimientos orientados a la educación mediática” (p. 133)

La clave para acortar la brecha digital y promover una buena utilización de las tecnologías, está en permitir el desarrollo de las habilidades y destrezas de las personas mayores de 65 años, como también la implementación de procesos educativos dirigidos por personas especializadas que promuevan el Internet como una nueva alternativa de inclusión de los grupos vulnerables. En la actualidad todos los sectores productivos se movilizan a través de las tecnologías y los adultos mayores no pueden ser excluidos socialmente de los nuevos sistemas de comunicación.

Es necesario que el Estado ecuatoriano genere propuestas que se engloben en los sistemas sociales y:

“Las nuevas posibilidades educativas, considerando los nuevos fenómenos sociales, el impacto de las tecnologías, los cambios políticos, culturales, económicos, entre otros, lo que contempla un conocimiento del entorno y una investigación permanente de su estado y evolución” (Rivera-Rogel, 2019, p. 129).

En el Ecuador se han avanzado en procesos de investigación sobre competencias mediáticas, pero aún falta mucho para concientizar a los ciudadanos que las tecnologías son parte de la cotidianidad y que su crecimiento es tan grande que ahora son indispensables para el desarrollo socioeconómico del país. Pero, el Gobierno y los demás sectores que son parte del Estado deben asumir que hay que ser más responsables con los sectores vulnerables, pues ahí se necesita apoyo para dotar de Internet y herramientas que permitan una inclusión real.

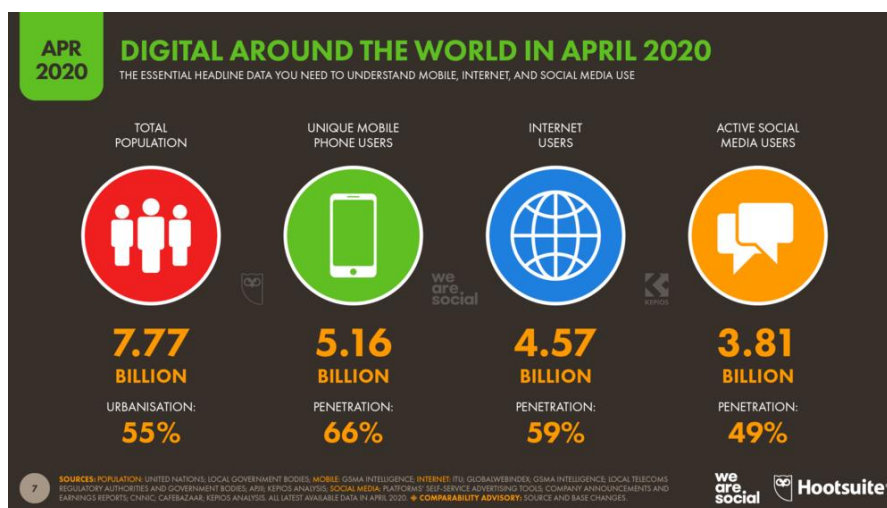
Capítulo ocho

Competencias mediáticas, el nuevo reto de la educación

8.1 Importancia y dimensión de las TIC

Figura 3

Estadísticas digitales del uso de TIC alrededor del mundo



Nota. Adaptado de *April Global Statshot*, por Data Reportal, 2020, DataReportal (<https://bit.ly/3fTz9Avt>). CC BY 2.0

Los alcances de la evolución tecnológica que se han experimentado en los últimos años obligan a repensar las estructuras de los procesos de comunicación, la información recorre el mundo de forma inmediata y sin restricciones, su presencia es tan preponderante que incide de manera directa en los aparatos productivos pues posibilita la generación de recursos económicos e incide en la transformación social desde la posibilidad de interrelacionar culturas y jugar papeles protagónicos en aspectos políticos.

En la modernidad se utilizan tecnologías en todos los campos de la vida, por ello es indispensable una correcta formación mediática para promover responsabilidad. Se necesita explotar las capacidades al máximo para poder aceptar de manera crítica toda la abundancia de contenidos que circulan en la Red. Es necesario que se puedan diferenciar, lo bueno de lo malo, lo real de lo falso, y lo importante de lo insignificante. Lamentablemente las políticas públicas que existen actualmente, no entregan a los ciudadanos herramientas para crear una

cultura crítica de los nuevos métodos de comunicación y todo lo que generan los avances tecnológicos.

Pérez (2006), argumenta que: “Aún está por explotarse el potencial de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para mejorar el diálogo como elemento necesario para resolver las diferencias de intereses que eventualmente determinan el nivel de complementariedad o incongruencia entre productores” (Pérez, 2006, p. 2).

A partir del desarrollo tecnológico los escenarios socioeconómicos se han vuelto más dinámicos, pero en Ecuador las propuestas implementadas han generado desigualdad y eso no ha permitido que se tenga una transformación digital para avanzar más allá del simple hecho de instalar una Red o de dotar de instrumentos electrónicos a la población. Se necesitan verdaderos procesos de inclusión para los diferentes sectores ciudadanos, entendiendo que, entre los adultos mayores, existen personas capaces y dispuestas a generar riqueza a partir del conocimiento y buena utilización de las TIC.

Internet es la principal Red de comunicación que existe en el mundo, permite que en cuestión de segundos la información se transforme en universal, los seres humanos se pueden interconectar sin importar las distancias, pues su gran alcance ha eliminado barreras de tiempo y espacio. Actualmente se está desarrollando la más grande transformación tecnológica de la historia, lo que implica el fortalecimiento de las capacidades del ser humano, capaz de emitir juicios justificados y críticos. Adultos mayores con posibilidades de incorporarse a la sociedad en un entorno digitalizado y con nuevas formas de comunicación (Caldeiro, 2014, p.29).

Actualmente todas las actividades humanas están sujetas a la utilización de las tecnologías. Los teléfonos celulares y las computadoras tienen un espacio muy importante en todos los hogares del mundo. La importancia de las TIC también ha representado una evolución del sector empresarial, que ha tenido que adoptarlas por su inmensa capacidad para introducirse y transformar los procesos comerciales a través de la comunicación. Es importante resaltar que en estos tiempos la implementación de nuevos sistemas de

comunicación le facilitará a las empresas y sectores productivos participar de los mercados y competir.

La importancia y dimensión de las TIC también tiene que ver con la preocupación que existe en el mundo por conservar y recuperar las condiciones favorables del medio ambiente. Varios estudios indican el calentamiento global se genera principalmente por tres factores: el tamaño de la población, su bienestar y la tecnología. Es aquí donde la tecnología debe intervenir para contrarrestar los efectos del desarrollo demográfico y económico, pues la tecnología está en capacidad de mantener una relación más saludable con el ecosistema, reduciendo las emisiones contaminantes, aplicando técnicas como la biotecnología, energía termal, despolimerización, prensa digital, entre otras (Mollejo, 2018).

8.2 Educación virtual

La educación virtual, es aquella que se desplaza y llega a los hogares, sitios de trabajo o a centros de estudio. Estas prácticas educativas se iniciaron con el objetivo de hacer llegar la educación a todo aquel que la necesita y que no ha podido incorporarse a los sistemas educativos regulares. En esta modalidad juega un papel fundamental el aprendizaje autónomo. En Ecuador, existen instituciones como la UTP que son pioneras de la educación virtual (Sierra, 2011, p. 79).

Como base de este estudio se debe precisar que la alfabetización mediática y la educación son dos cosas que siempre deben estar unidas. El gran desarrollo de las TIC y la presencia de Internet han generado importantes transformaciones de tipo social y económico fundamentalmente. Los esfuerzos de los gobiernos están encaminados a reducir la brecha digital para permitir la inclusión de todos los grupos sociales en el uso responsable y crítico de las tecnologías, considerando que del desarrollo del conocimiento sólo se genera a partir de los procesos educativos.

García, Gozávez y Aguaded (2014), precisan que se debe tomar como referencia todos los avances e investigaciones que existen sobre alfabetización mediática y ciudadanía, con el objetivo de establecer vías y definir estrategias para lograr la apropiación de los medios de una manera responsable, eficaz y ética por parte de los ciudadanos, es preciso promover la

adquisición de una serie de competencias que se han de poner en práctica para lograr los resultados esperados en esta interacción mediática (p. 18).

La apropiación de los medios y la adquisición de competencias se pueden conseguir únicamente con educación, ahí está la clave. Aunque siempre se menciona la inclusión de los adultos mayores en el uso competente de las TIC, se debe puntualizar que esta debe generarse también dentro de los procesos educativos. Los estudios e investigaciones que se desarrollan a partir de los nuevos conceptos como la Educomunicación, se enfocan en encontrar los mecanismos para incorporar las tecnologías a los procesos regulares de enseñanza.

Sobre estos conceptos Caldeiro (2014), sostiene, que existe una gran discusión sobre si los medios o herramientas tecnológicas unen o separan. También, describe a los procesos educativos, indicando que estos demandan grandes esfuerzos, con el argumento de que la tarea de educar virtualmente no se refiere exclusivamente al aula de clases o a un escenario determinado, más bien plantea que los procesos educativos deben extenderse a lo largo y ancho del ciclo vital y no a un periodo determinado en la vida de las personas (p, 151-152).

Todos los estudios realizados en los últimos años indican que en el Ecuador existe una carencia de procesos educativos que no permitan el desarrollo de las competencias mediáticas, por ello es necesario que el Estado plantee propuestas más concretas sobre la base de los estudios realizados y así generar acciones que aprueben introducir a los medios de comunicación en las aulas. El Internet y los nuevos medios tienen un alto poder de persuasión, por lo tanto, pueden servir como un gran instrumento didáctico en los procesos educativos, con el objetivo constante de luchar contra la brecha digital.

8.3 Redes sociales y educación

Los seres humanos por naturaleza son parte de un entorno social. En esta consideración con la llegada de la revolución digital y la consolidación del Internet, aparecen las redes sociales que son sitios en donde se comparte información. Hutt (2012), precisa que las redes sociales son espacios virtuales en donde las personas interactúan y mantienen un vínculo directo y permanente con su entorno (p. 123).

Las redes sociales son herramientas muy populares. Entre las más conocidas están Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram, que son los escenarios en donde los usuarios generan contenidos y la información circula de forma acelerada. Facebook, es la Red social preferida por la mayoría de las personas en Ecuador. Así lo ratifica Del Alcázar (2020), en el informe Ecuador Digital, señalando que 12,04 millones de personas tienen perfil en Facebook. Esta Red social, también se ha convertido en el punto de convergencia de los medios de comunicación tradicional (Grafico Ecuador Digital acceso a Redes sociales por edad y género).

Los sectores educativos (maestros e instituciones educativas) y principalmente las universidades no pueden estar alejados del gran impacto que produce la presencia de Internet y el impulso que ha generado al desarrollo de las redes sociales. Las tecnologías en general son un espacio para crear, porque facilitan la participación social e influencia colectiva. El Estado debe facilitar las políticas públicas para impulsar la creatividad como clave del desarrollo en la sociedad de la información y del conocimiento (Duart, 2009).

La evolución de las tecnologías lleva a vivir una realidad que se combina entre lo cotidiano y lo digital. Internet es el lugar en donde se encuentran la gran mayoría de los ciudadanos, incluso los adultos mayores se inclinan por estos nuevos modelos de comunicación, que les ha permitido redescubrir y realzar otras habilidades y destrezas.

Internet es un espacio para que los individuos puedan crear, imaginar y expresar, mientras las posibilidades de intercomunicación son más agresivas y extensas. El fenómeno de las redes sociales en Internet se vuelve cada vez más popular, junto a su importancia para la participación social e influencia colectiva, sin embargo, aún se cuestiona si este potencial creativo en el sistema educativo (Duart, 2009).

Las redes sociales son el principal medio de comunicación que existe en la actualidad, esto porque el Internet ha cambiado el modo de vivir al punto de que toda actividad se registra alrededor de la conexión. En el sistema educativo, estos medios de comunicación son la herramienta perfecta para la interactividad de los procesos educativos y la interrelación entre sus protagonistas (maestros y alumnos), pues la información que circula en ellas es infinita.

Al respecto Muñoz, Fragueiro y Ayuso (2013), manifiestan que las redes sociales se enmarcan en la denominación Web 2.0, que permite una interrelación entre las personas con distinta formación y se basa en el intercambio de conocimientos de forma dinámica. Sostienen que la educación es la disciplina que más se ha beneficiado con la consolidación de las redes sociales, porque han fortalecido el trabajo en grupo y la colaboración entre compañeros. Además, es considerado un espacio ideal para compartir conocimientos motivando a los alumnos (p. 96).

Capítulo nueve

Metodología

9.1 Contexto de la investigación

En los últimos 30 años la popularización de los medios de comunicación digitales ha provocado una ampliación en la brecha generacional, relegando a muchos los adultos mayores a aislarse y depender de otros miembros de la familia para poder comunicarse debido a que carecen de las habilidades técnicas y críticas necesarias para poder manejar nuevos dispositivos.

En Ecuador existen pocos proyectos para el desarrollo de competencias mediáticas para jóvenes y adultos, pero la población de la tercera edad se ha visto relegada al punto de que no existen programas que permitan su alfabetización mediática o al menos cifras que puedan evidenciar el nivel de conocimiento de este grupo respecto a las nuevas tecnologías.

El hecho de que ya no sean considerados población económicamente activa no significa que su ciclo vital haya terminado. Es un grupo social importante para el desarrollo de la sociedad por lo que es necesario poder atender todas sus necesidades e incorporarlos a los nuevos procesos tecnológicos, pero para hacerlo, se necesita conocer sus percepciones, preferencias y opiniones.

9.2 Hipótesis

Se han planteado las siguientes hipótesis:

- **Hipótesis 1:** Los adultos mayores de 65 años en adelante en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga, utilizan en su gran mayoría los medios y plataformas digitales (medios sociales) para comunicarse con sus familiares.
- **Hipótesis 2:** Los adultos mayores de 65 años aprenden el manejo de medios y plataformas digitales de manera autodidacta o con el apoyo de familiares.
- **Hipótesis 3:** Los aportes gubernamentales y no gubernamentales a la alfabetización digital en la población escogida, son insuficientes.

- **Hipótesis 4:** Entre los bajos niveles de acceso a medios sociales que reflejan los adultos mayores, prefieren utilizar la Red social Facebook.
- **Hipótesis 5:** El uso de las herramientas tecnológicas mejora la calidad vida de los adultos mayores y los reincorpora a la sociedad.

9.3 Preguntas de investigación

Las siguientes preguntas de investigación que determinan el abordaje tanto teórico como metodológico del presente proyecto de investigación:

- ¿Qué iniciativas soporta a la alfabetización mediática generacional se pueden destacar en el caso de estudio planteado?
- ¿Qué uso dan a los medios y plataformas digitales (medios sociales) los adultos mayores de 65 años en adelante en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga?
- ¿Cuánta aceptación tienen los medios sociales en los adultos mayores de 65 años en adelante?
- ¿Cuáles son los medios sociales de su preferencia?
- ¿Qué retos de aprendizaje han debido asumir para manejar estos medios sociales?

9.4 Objetivos de la Investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se planteó el siguiente objetivo general:

- Determinar el estado actual de las competencias digitales y los procesos de alfabetización digital en adultos mayores de 65 años en adelante, a través de un abordaje del fenómeno en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga como caso de estudio.

Para alcanzar el objetivo general se plantearon cuatro objetivos específicos:

- Indagar las formas de aprendizaje de este grupo de edad para el manejo de medios y plataformas digitales (como es el caso de Internet).
- Evaluar el uso de los medios sociales por parte de este grupo generacional.
- Determinar aportes gubernamentales y no gubernamentales a la alfabetización digital en la población escogida.

- Averiguar las ventajas del uso de estos recursos, para el fortalecimiento social de este grupo etario.

9.5 Metodología empleada

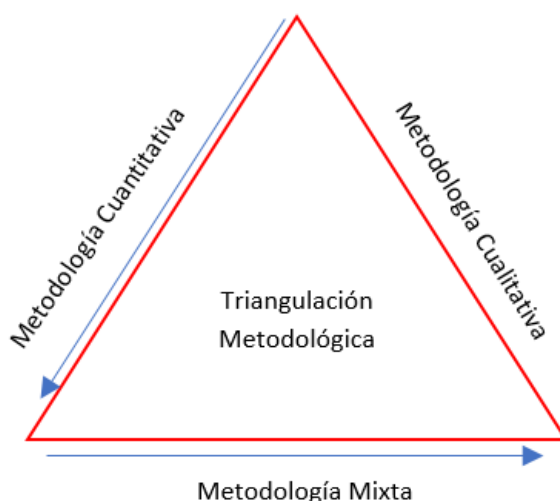
La finalidad de la presente investigación es conocer los niveles de competencia digital y valorar la calidad de los procesos de alfabetización mediática de los adultos mayores en la provincia de Loja, en la posibilidad de que el trabajo contribuya a la reducción de la denominada brecha digital.

“La metodología conduce al conocimiento científico y enlaza el sujeto con el objeto de la investigación”. Sin una planificación es casi imposible generar conocimiento científico. La metodología muestra el camino para el cumplimiento de los objetivos y la solución de los problemas planteados en una investigación (Caldeiro, 2014, p. 325).

En la investigación el método científico se presenta como una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización mediática. Este proyecto es de importancia social en la era en donde predominan las tecnologías, pero sin la participación competente a un grupo generacional tan importante como los adultos mayores.

Con esta premisa se define al trabajo investigativo como, social y descriptivo, por lo que se pretende realizar una triangulación metodológica que, a decir de, Cea y Ancona (2001) es “la aplicación de distintas metodologías en el análisis de una misma realidad social”.

Para el efecto, se plantea la complementariedad de las metodologías cuantitativa y cualitativa, reconociendo lo que indica Gallart (1993) cuando sugiere “cuidado especial en la convergencia y consistencia de ambos análisis”.

Figura 4*Triangulación metodológica*

Nota. Adaptado de *Los fundamentos de la ciencia del hombre: Métodos cualitativos II, la práctica de la investigación* por M. Gallart, 1993, Centro Editor de América Latina, Terras (<https://bit.ly/2XZKyJf>).

9.6 Metodología cualitativa

La metodología cualitativa permite tener resultados descriptivos del problema. “Se adapta especialmente bien a las teorías sustantivas... En este sentido el diseño cualitativo, está unido a la teoría, en cuanto que se hace necesario una teoría que explique, que informe e integre los datos para su interpretación” (Quevedo y Castaño, 2002, p.12).

La aplicación de esta metodología, conocida también como interpretativa, permite recuperar información del comportamiento natural de los adultos mayores en la provincia de Loja. Se busca con esta información construir una base sólida del conocimiento a través del contacto con la población en estudio, y del análisis de su conducta con respecto al uso de las tecnologías.

La metodología cualitativa se refiere, entonces, a procedimientos que posibilitan una construcción de conocimiento que ocurre sobre la base de conceptos. Son los conceptos los que permiten la reducción de complejidad y es mediante el establecimiento de relaciones

entre estos conceptos que se genera la coherencia interna del producto científico (Krause, 1995, p. 21).

Es necesario indicar que, si bien es importante conocer el número de personas mayores de 65 años que usan medios sociales, aceptación y preferencias de estas plataformas, habrá que describir las razones por las que usan, además, de los retos de aprendizaje y la contribución para fortalecer una comunicación con sentido crítico en Internet.

En este sentido se utilizará varias herramientas como, la revisión bibliográfica, además, en territorio se trabajó con grupos de discusión y para realizar un contraste de la información se entrevistó a expertos en competencias mediáticas y Educomunicación.

9.6.1 Revisión bibliográfica

La revisión bibliográfica en una investigación permite obtener conocimientos de un tema específico, y eso también permitirá poder expresar un criterio propio, siempre con conocimiento de causa. “Además, la revisión permite centrar el objetivo de la investigación porque ayuda a encontrar cuestiones sin resolver de estudios previos” (Benito, et al., 2007, p. 1).

La aplicación de esta herramienta le dará a la investigación la fortaleza científica necesaria para valorizar el estudio realizado. Por ello, se ha desarrollado un importante proceso de consultas, en revistas, libros, artículos científicos y todas las investigaciones que se ha podido recuperar en referencia a competencias digitales y alfabetización mediática.

Henríquez y Zepeda (2003), señalan que la revisión bibliográfica “consiste en detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales extrayendo y recopilando la información relevante y necesaria”, permitiendo conocer a profundidad los conceptos de competencias digitales y alfabetización mediática, desarrollando una capacidad crítica y reflexiva del tema.

9.6.2 Grupos focales

Siguiendo este marco metodológico complementariamente, se trabajará con grupos focales, para determinar y caracterizar la dinámica de participación, convivencia y creación de los adultos mayores y los medios sociales digitales.

Los grupos focales según Mella (2000), “son antes que nada una buena técnica para obtener datos de investigación. Al igual que en cualquier proyecto de investigación, con grupos focales uno recolecta y analiza información de manera de poder responder una interrogante de investigación”.

Se consideran herramientas de la investigación cualitativa. Los grupos focales sirven para recolectar y discutir información que se requiere en una investigación. Una característica principal de esta herramienta es el uso del diálogo. El investigador debe liderar y planificar las reuniones y la información que se recupera, proviene de la interacción de los participantes.

En el desarrollo de la presente investigación, la conformación de grupos focales durante el proceso permite una “considerable flexibilidad en cómo formular las preguntas de grupo a grupo. Además, la naturaleza de las respuestas depende de los participantes mismos” (Mella, 2000, p.5).

También se trabajará en grupos focales o ‘focus group’ con el “objeto de obtener distintas percepciones y puntos de vista sobre una cuestión o conjunto de cuestiones...La discusión debe producirse en un ambiente abierto, relajado...con el objeto de que se desarrolle un intercambio de ideas y percepciones entre los participantes” (Ballart, 1994, p. 73).

Para obtener información sobre la investigación desarrollada, se organizó grupos focales con los adultos mayores que son parte del proyecto de atención al adulto mayor que lleva adelante el MIES, particularmente en los centros diurnos del cantón Gonzanamá. De la misma manera, se consideró grupos focales de los maestros jubilados asociados en el Comité de Defensa de los Derechos de los Jubilados del Magisterio en los cantones Quilanga, Gonzanamá y Calvas.

La reunión fue desarrollada a través de Zoom, y se trató los siguientes temas: la importancia de las TIC en el desarrollo de la sociedad, nivel de acceso a dispositivos electrónicos y cuentas en medios sociales, regulaciones sobre los contenidos en redes sociales y aporte de las tecnologías en su trabajo y desarrollo social.

9.6.3 Entrevistas a expertos

Se realizaron entrevistas a expertos en procesos de alfabetización mediática y Educomunicación, lo que permitió conocer otras experiencias y realidades para sustentar de manera firme y consecuente esta investigación. Las encuestas sirven para hacer un contraste, de la inclusión de los adultos mayores en el uso de las TIC.

La entrevista que es un género informativo, por lo general bastante dinámico. Adicionalmente, “es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (Díaz, Torruco, Martínez y Varela, 2013, p. 163).

La entrevista se centró en temas puntuales del proceso de investigación y, entre otras personalidades ha sido dirigida a Joan Ferrés, Luis Miguel Romero y Carmen Marta Lazo, quienes han desarrollado una serie de estudios que han contribuido al desarrollo de la investigación en competencias mediáticas.

9.7 Metodología cuantitativa

La metodología cuantitativa siempre está junto a la metodología cualitativa. En la investigación siempre se busca coincidencias o diferencias. Su aplicación se basa en aspectos cuantificables y está ligada al análisis estadístico de datos. En conclusión, utilizar el método cuantitativo permitirá recuperar y analizar datos de las diferentes variables propuestas en este trabajo.

Para desarrollar la aplicación de la metodología cuantitativa se trabajó con la aplicación de encuestas, que permitieron tener datos estadísticos sobre el tema de investigación.

9.7.1 La encuesta

Al realizar una investigación se debe considerar siempre la posibilidad de apoyarse en una encuesta que permitirá recuperar información de un tema particular. “La encuesta es fundamental para el desarrollo de las relaciones sociales... Debido a su intenso uso y difusión, la encuesta es la representante por excelencia de las técnicas del análisis social” y es de gran

importancia para realizar una valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja (López, 1998, p.1).

Para el desarrollo de la presente encuesta fue necesario trasladarse hasta el escenario de esta investigación y prepararse para brindar la asistencia necesaria a los adultos mayores de 65 años para que puedan contestarla. Las encuestas fueron aplicadas durante el mes de noviembre de 2019, una semana en Calvas, la siguiente semana en Gonzanamá y finalmente en Quilanga.

Esta técnica de investigación cuantitativa fue aplicada con temas a los adultos mayores de 65 años, que son parte del proyecto de Proyecto de Cultura Física de adultos mayores del IESS en el cantón Calvas. Así también, a los usuarios de los centros diurnos de atención al adulto mayor del MIES en el cantón Gonzanamá, y a los miembros de los comités de Defensa de los Jubilados en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga.

El cuestionario aplicado fue adaptado sobre la base de la encuesta de competencias mediáticas planteada por el Grupo de Investigación Comunicación, Educación y Tecnología de la UTPL y de la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía (Alfamed).

Las preguntas que se plantearon en la encuesta se enfocan en los siguientes temas:

- Acceso a las tecnologías.
- Inclusión y aprendizaje de Internet.
- Uso de medios sociales.
- Ventajas del uso de las TIC.

Es importante señalar que las encuestas fueron aplicadas de manera presencial y asistidas por el investigador, pues los adultos mayores son inmigrantes digitales que han tenido que acoplarse al uso de las tecnologías. La encuesta aplicada se encuentra en la parte final del documento, en el apartado de anexos.

Para el procesamiento de los datos obtenidos a través de la encuesta se ha utilizado el software IBM SPSS Statics 25, empleado para desarrollar y administrar bancos de datos

de manera eficiente y desarrollar perfiles de usuarios, hacer proyecciones y análisis de tendencias que permitirán planificar actividades a largo plazo y, en general, hacer un mejor uso de la información capturada en forma electrónica para aplicaciones prácticas o necesidades de investigación (Castañeda, Cabrera, Navarro y Vries, p.15).

9.8 Muestra

Como se ha señalado anteriormente esta investigación se realizó en la provincia de Loja, ubicada al Sur del Ecuador. Su extensión territorial es de 11 mil 140 kilómetros cuadrados. Limita al Norte con la provincia del Azuay, al Sur con la República de Perú, al Este con la provincia de Zamora-Chinchipe y al Oeste con El Oro. Está conformada por 16 cantones que son: Calvas, Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Espíndola, Gonzanamá, Loja (capital), Macará, Olmedo, Paltas (Catacocha), Pindal, Puyango, Quilanga, Saraguro, Sozoranga y Zapotillo. Además, tiene 78 parroquias rurales (Avilés, s.f.).

Los indicadores del INEC (2010) señalan entre otros aspectos que, los niveles de analfabetismo tradicional son de 5, 8 % y el índice de analfabetismo digital es del 29,6%.

El estudio propuesto se ubicó en la provincia de Loja que según datos del INEC (2010) la conforman 448 mil 966 habitantes. El campo de investigación se estableció en la población adulta mayor de 65 años en adelante y se sectoriza en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga, que según el MinEduc conforman el Distrito 11D06 de Educación.

Al no tener datos precisos de la cantidad de jubilados por cantones que conforman la provincia de Loja, se toma como referencia la población total de los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga, sitios en los cuales existen asociaciones de jubilados, programas de alfabetización y programas sociales impulsados por el MinEduc, el IEES y el MIES (Tabla 4).

Tabla 2*Población de los cantones de la provincia de Loja*

Cantón	N° de población hombres	N° de población mujeres	Total de la población
Calvas	14.235	13.950	28.185
Quilanga	2.221	2.116	4.337
Gonzanamá	6.390	6.326	12.726

Nota. INEC (2010).

Tabla 3*Estadísticas de población beneficiaria del Sistema de Pensiones*

Provincia	Total de la población
LOJA	12.548

Nota. IESS (2019).

Una vez identificado el total de la población de los cantones y de jubilados en la provincia de Loja, se decidió aplicar la técnica 'censo'. Esta es una técnica "que permite recopilar datos de toda la población o universo mediante un cuestionario que se administra por sí mismo, llamada ficha censal" (Villon, 2016).

Esta técnica fue aplicada en los centros de atención del IESS en la ciudad de Cariamanga, en los centros diurnos de atención al adulto mayor que tiene el MIES Distrito Calvas, en el cantón, Gonzanamá y con los comités de Defensa de Maestros Jubilados de los cantones en donde se desarrollará la investigación y en el Proyecto de Cultura Física de adultos mayores del IESS. (Tabla 4).

Tabla 4*Censo de jubilados en Calvas, Gonzanamá y Quilanga*

Institución	Calvas	Gonzanamá	Quilanga	Total
IESS ^a	40			40
MIESS ^b		70		70
MAGISTERIO ^c	108	30	2	140

Nota. ^aMIES (2019). ^bIESS (2019). ^cComité de Defensa de los Jubilados (2019).

La muestra que aplicada en la presente investigación es de carácter aleatorio o simple, esto permitió incluir a varios adultos mayores que no son parte de los grupos sociales que se habían señalado en el presente trabajo. Así se pudo garantizar diversidad de criterios al momento de establecer los resultados.

En el caso del grupo focal, debido a la crisis sanitaria que atraviesa el mundo entero, el grupo focal tuvo que desarrollarse de manera virtual, a través de la plataforma Zoom, en donde participaron 6 adultos mayores de los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga. Se cumplió el 20 de mayo entre las 10:00 y 12:00, y fue dirigido por la doctora Andrea Velásquez directora del presente proyecto de investigación.

El grupo se conformó por seis personas, una mujer y 5 varones, en su gran mayoría dedicados a la actividad educativa. La información que nos proveyeron fue variada y muy importante para el desarrollo de la presente investigación. El reducido número de integrantes de este grupo ha resultado suficiente para contrastar la información obtenida con otras herramientas como la encuesta.

Capítulo diez

Resultados y Discusión

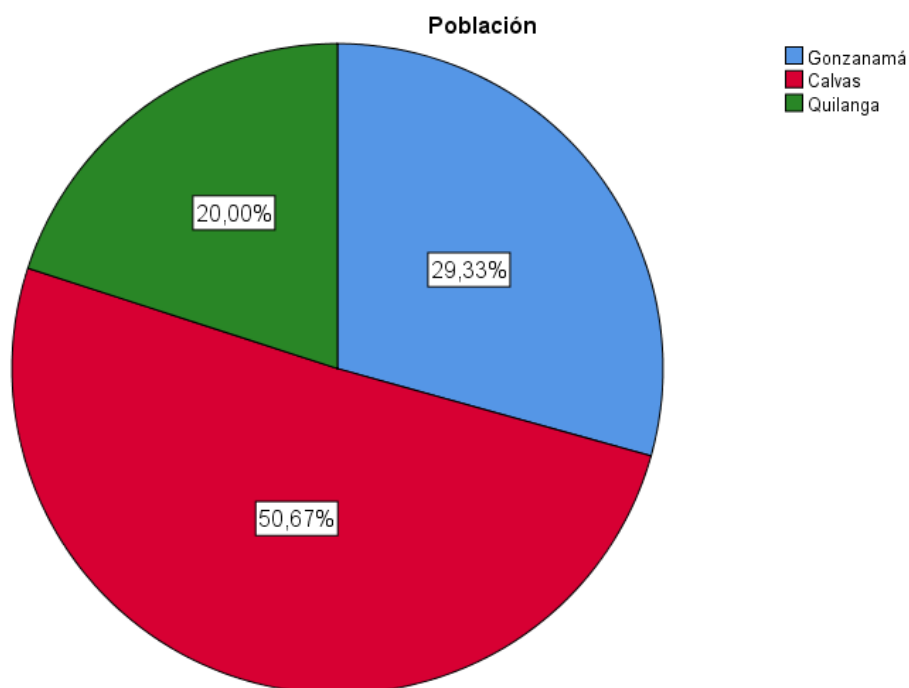
10.1 Resultados de encuesta sobre competencias digitales en adultos mayores

Los resultados que se presentan a continuación son la evidencia de la gran relevancia que tienen las TIC en la actualidad. Además, reflejan la gran necesidad que tienen los pueblos de desarrollar procesos de inclusión de los adultos mayores, a través de la generación de procesos de alfabetización digital.

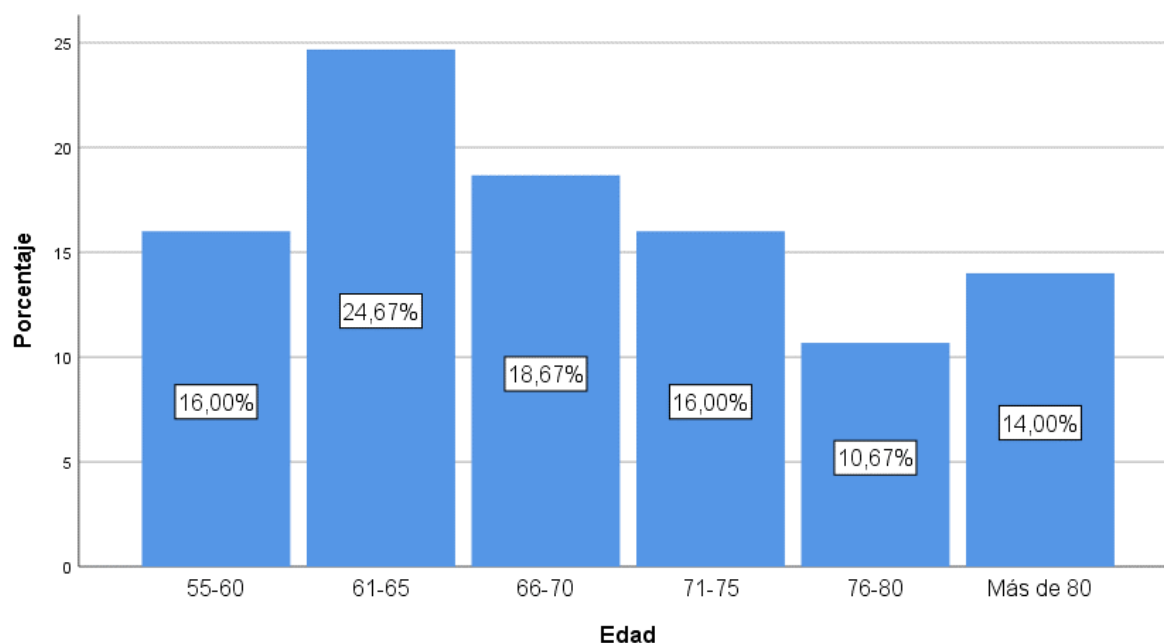
Estas cifras son importantes para poder generar proyectos que permitan combatir la brecha digital principalmente en adultos mayores. Los datos obtenidos reflejan en gran parte la realidad socioeconómica en que vive este segmento de la población y su capacidad para receptar los medios sociales y las tecnologías en general.

Figura 5

Participantes según su lugar de origen

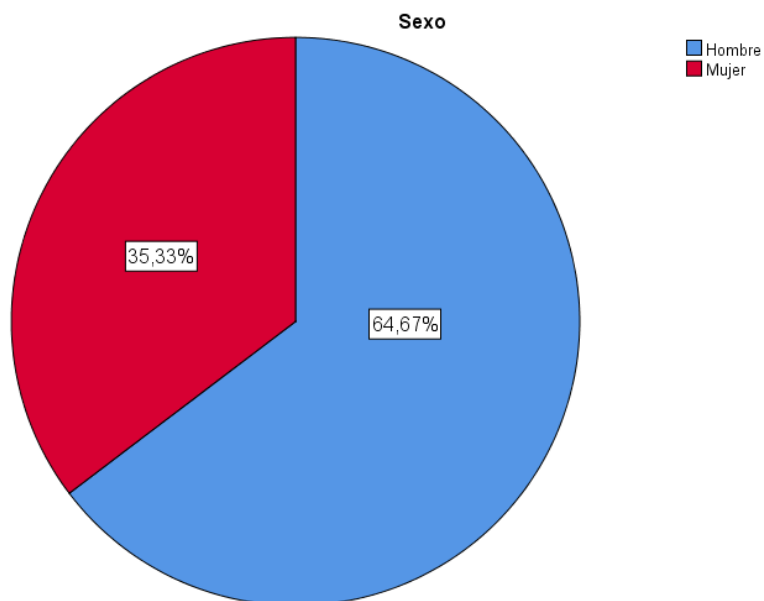


Para el desarrollo de esta investigación se realizó 150 encuestas que se dividieron de la siguiente manera: 44 en el cantón Gonzanamá, que representan el 29,3%; 76 en Calvas que corresponde al 50,7%; y 30 en Quilanga que significa el 20%.

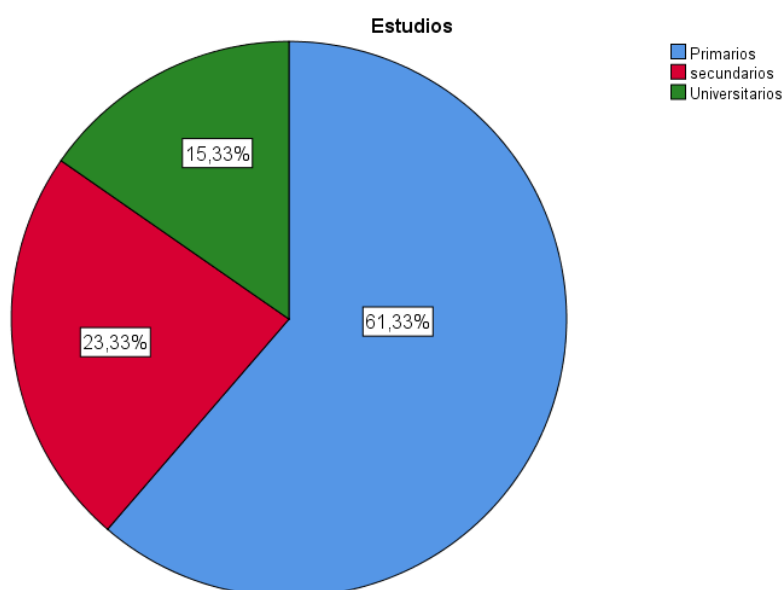
Figura 6*Participantes según su edad*

Las edades de las personas encuestadas varían entre los 55 y 90 años, sobresaliendo los adultos mayores de entre 61 y 65 años, con 37 encuestados que corresponden al 24,7%; seguido de los adultos entre 66 y 70 años, que son 28 y simbolizan el 18,7%. Después se tiene dos indicadores con las mismas cifras, los que corresponden a las edades de 55 a 60 años y 71 a 75 años, con 24 encuestados cada variable, y corresponden al 16%. También constan 21 adultos que corresponden al 14%, que superan los 80 años y 16 personas que son el 10,7%, y que su edad fluctúa entre los 76 y 80 años.

En la ejecución de la presente investigación ha sido beneficioso obtener datos de adultos mayores de diferentes edades, ya que eso permite obtener información con diferentes puntos de vista. Así se puede conocer de mejor manera la realidad que enfrenta este grupo etario la utilización de las TIC. Es importante resaltar la voluntad con la que la población en estudio ha participado de los procesos de recolección de la información.

Figura 7*Participantes según su sexo*

Durante la aplicación de las encuestas se buscó ser lo más equitativo posible. La diferencia radica en que se aplicaron las encuestas a 97 hombres que corresponden al 64,7% y a 53 mujeres que representan el 35,3% del universo estudiado.

Figura 8*Participantes según sus estudios*

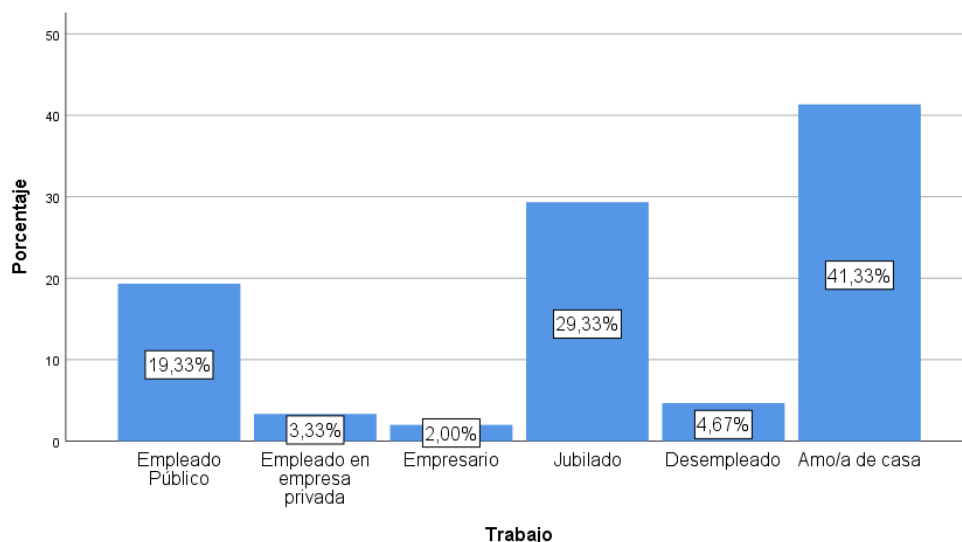
En referencia a los niveles de formación académica de los adultos mayores encuestados, se generaron los siguientes datos: 92 adultos mayores que corresponden al

61,3% y que son la gran mayoría de los encuestados solo han realizado estudios primarios. Mientras que 35 personas que representan el 23,3% han cursado estudios secundarios, y 23 encuestados que son el 15,3% han cumplido estudios de nivel universitario.

Estos resultados indican que el mayor porcentaje de adultos mayores que habitan en la provincia de Loja sólo cuentan con estudios primarios, situación que se puede considerar una limitante a la hora de dominar el uso de las TIC. Los adultos encuestados superan en un número de 12, a aquellos con educación superior. Esto muestra con claridad que los inmigrantes digitales no adquieren competencias mediáticas en niveles de formación regular.

Figura 9

Participantes según su trabajo actual

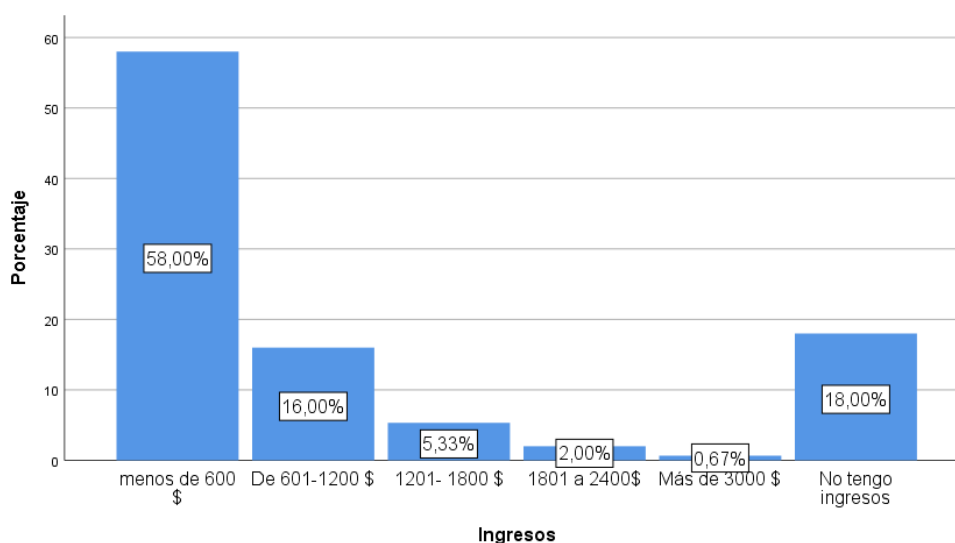


En lo que corresponde a ocupaciones, el mayor porcentaje de los encuestados, 62 adultos mayores, que representan el 41,3%, hacen conocer que sus actividades se concentran en el hogar. Otra cifra significativa es la de los jubilados, que suman un total de 44 personas encuestadas que constituyen el 29,3%. Después están los empleados públicos que son 29 y que establecen un porcentaje de 19,3%. Las frecuencias empiezan a presentar niveles relativamente bajos, con las personas desempleadas que son 7 y que conforman un 4,7%. 5 adultos mayores dicen pertenecer a empresas privadas y significan el 3,3%, y tan solo el 2%, que son 3 encuestados se consideran empresarios.

Los resultados expresan claramente que la mayoría de los adultos mayores de la provincia de Loja y particularmente de los cantones, Calvas, Gonzanamá y Quilanga centran sus actividades en atender las labores de hogar, o se encuentran descansando luego de haberse acogido al derecho de la jubilación. Pero estas variables indican que existe un limitado contacto con los ambientes laborales relacionados con el uso de las tecnologías, por lo que la inclusión de aparatos electrónicos en su vida diaria debe ser un proceso secuencial. Además, es significativo el nivel de desempleo, porque esto implica que existe escases de recursos económicos lo que fortalece la brecha digital.

Figura 10

Participantes según su nivel de ingresos

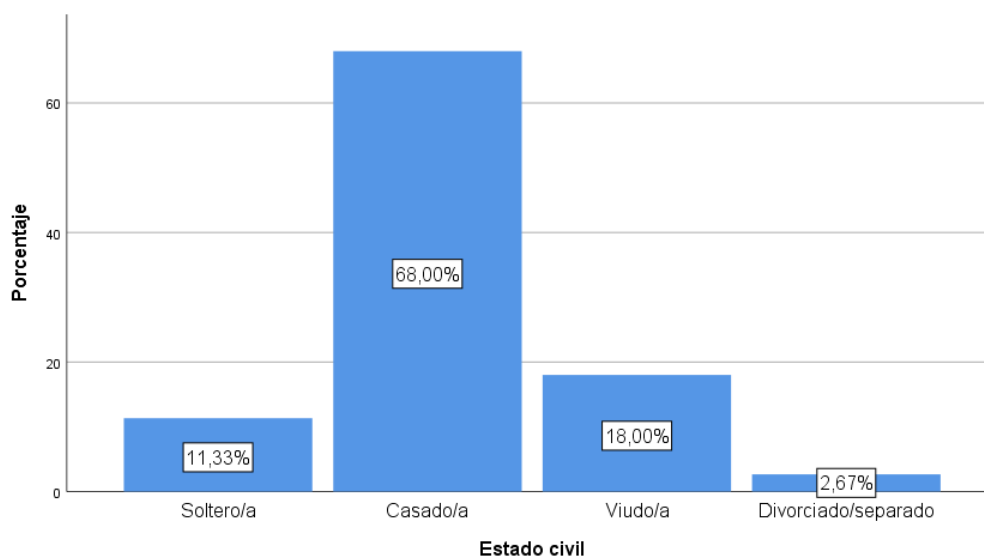


Los factores económicos son determinantes a la hora de establecer distancias con el uso de las tecnologías, por eso es importante tener datos sobre cuáles son los niveles de ingresos. En esta variante podemos determinar que: un individuo sostiene que gana más de 3000 dólares americanos mensualmente, 3 personas que dicen generar ingresos entre 1801 y 2400 dólares; 8 adultos mayores (5,3%) que afirman ganar entre 1201 y 1800 dólares, 24 adultos (16%) tienen ingresos de 601 a 1200 dólares; un total de 87 personas que representan el 58% de los encuestados tienen ingresos menores a 600 dólares y finalmente 27 (18%) no tienen ingresos.

Algunos factores económicos influyen en el fortalecimiento de la brecha digital. Estos se relacionan con las personas que no pueden comprar un dispositivo para conectarse a Internet o tienen el dispositivo, pero no los recursos para conectarse a la Web. Pero según los datos obtenidos en esta variante, no es el caso de los adultos mayores.

Figura 11

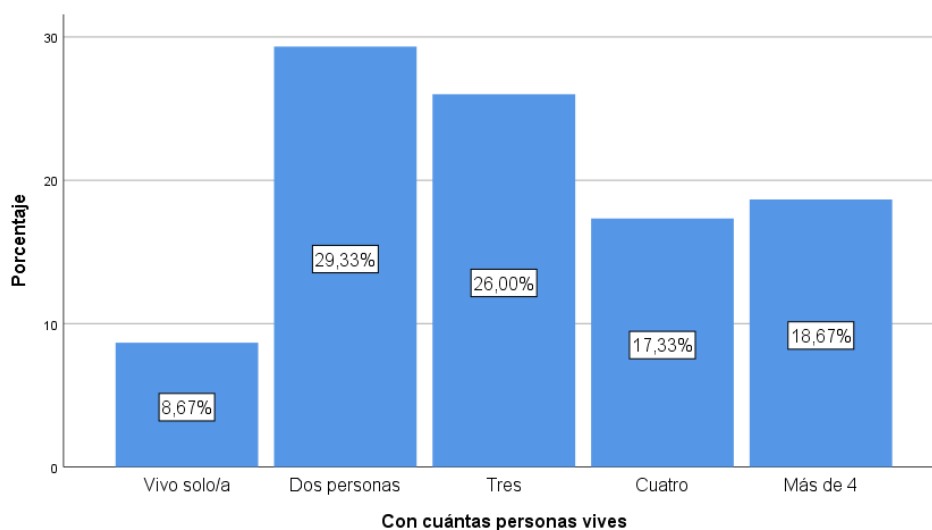
Participantes según su estado civil



Según los datos obtenidos en la encuesta, la mayoría de los adultos mayores son casados. Corresponden 102 de los encuestados que representan el 68%. Esta cifra es muy distante a las otras variables. Pero en el caso de las personas solteras y viudas los datos son más aproximados. 27 personas viudas representan el 18% de la población en estudio, y 17 personas que son el 11,3% son solteras. Tan solo 4 personas que corresponden al 2,7% dicen ser divorciadas o separadas.

Figura 12

Participantes según el tamaño de su núcleo familiar

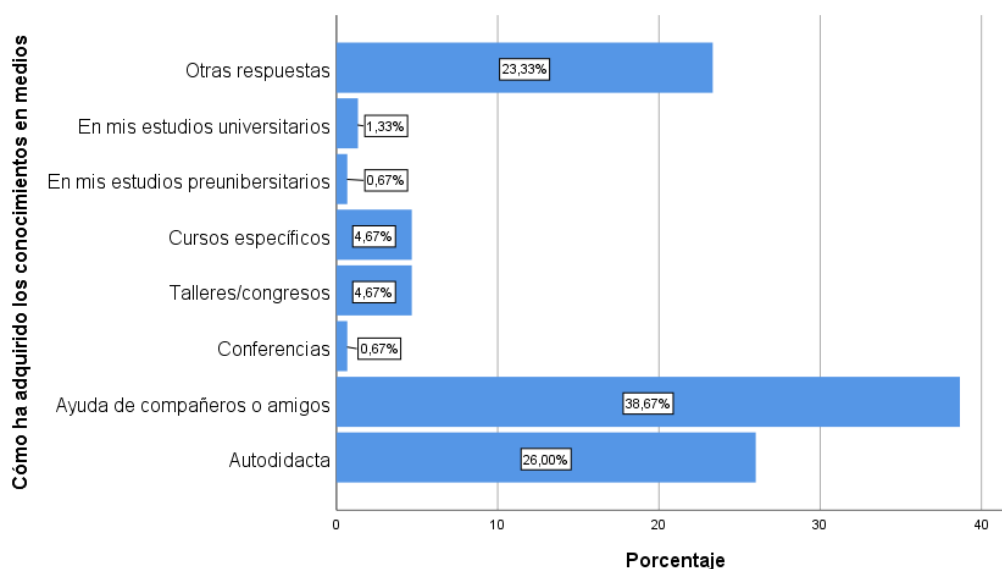


El entorno de convivencia de las personas encuestadas se detalla de la siguiente forma: 44 adultos mayores que representan el 29,3% de los encuestados afirman vivir dos personas en la misma vivienda; 39 adultos mayores que son el 26% mencionan que viven tres personas en el mismo espacio; 28 personas que corresponden al 18,7% indican que viven más de cuatro personas en un mismo hogar; 26 encuestados que simbolizan el 17,3% señalan que viven cuatro personas en el hogar; y 13 adultos que son el 8,7% indican que habitan solos.

Las cifras permiten deducir que la gran mayoría de los adultos encuestados no tienen en sus hogares personas allegadas que les enseñen el manejo de los dispositivos electrónicos para facilitarles el acceso a Internet y mejorar su calidad de vida. Según los datos de la encuesta en la mayoría de los hogares habitan una pareja de esposos que supera los 60 años, por ello el acceso a las TIC es realmente complejo, porque no hay mecanismos establecidos para enseñar que su buen uso en la actualidad es indispensable para el desarrollo de las actividades diarias.

Figura 13

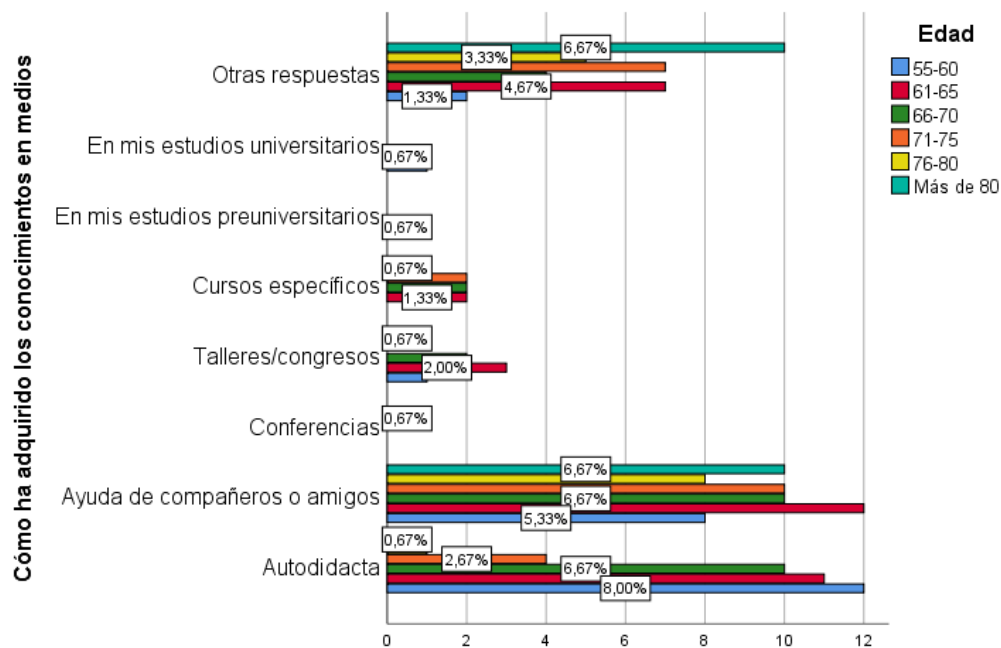
Participantes según el origen de su conocimiento en medios



En lo que respecta a la forma en que los adultos mayores aprenden el manejo de los medios sociales y TIC, la gran mayoría de los encuestados indica que experimentan con la ayuda de amigos y compañeros, esto lo ratifican 58 encuestados que significan el 38,7%. 39 adultos que simbolizan el 26%, precisan que no acuden a nadie para conocer el manejo de las tecnologías y que todo lo que conocen lo aprendieron por su propia cuenta. Después un índice de 35 personas, que da un total del 23,3%, no tiene una respuesta concreta a la interrogante. Seguidamente se registran los que dicen haber aprendido en talleres y congresos, que son 7 encuestados que corresponden al 4,7%. Igualmente, quienes sostienen que han seguido cursos específicos para manejar TIC, que también son 7 encuestados (4,7%). Finalmente, constan los adultos mayores que apuntan tener estudios universitarios, preuniversitarios y haber participado en conferencias, que no representan valores notorios, pues están muy por debajo de los valores citados anteriormente.

Figura 14

Cruce de variables entre origen de conocimiento en medios y edad

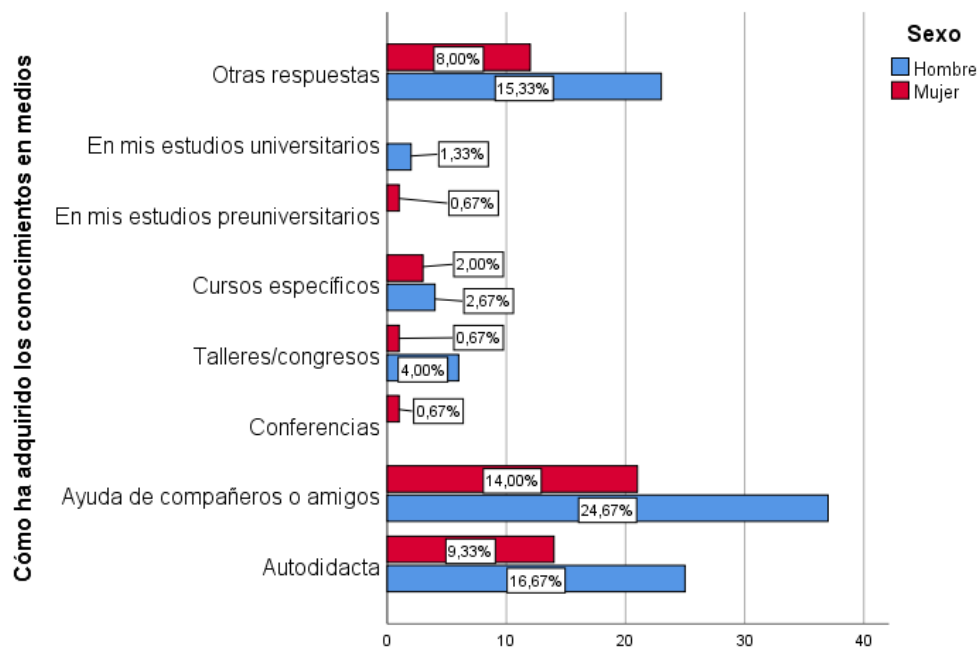


Al cruzar las variables de origen de conocimiento con edad, podemos observar que entre más joven es el adulto mayor, más posibilidades tiene de sentir un interés genuino y aprender de manera autodidacta; sin embargo este interés se va diluyendo conforme la edad avanza, en el caso del aprendizaje con la ayuda de compañeros o amigos; este se mantiene a lo largo de todas las edades, lo que demuestra que el obtener competencias mediáticas puede ser considerada una actividad social que ayude a las personas de tercera edad a reincorporarse a un grupo después de terminar su ciclo laboral y mejorar su círculo social.

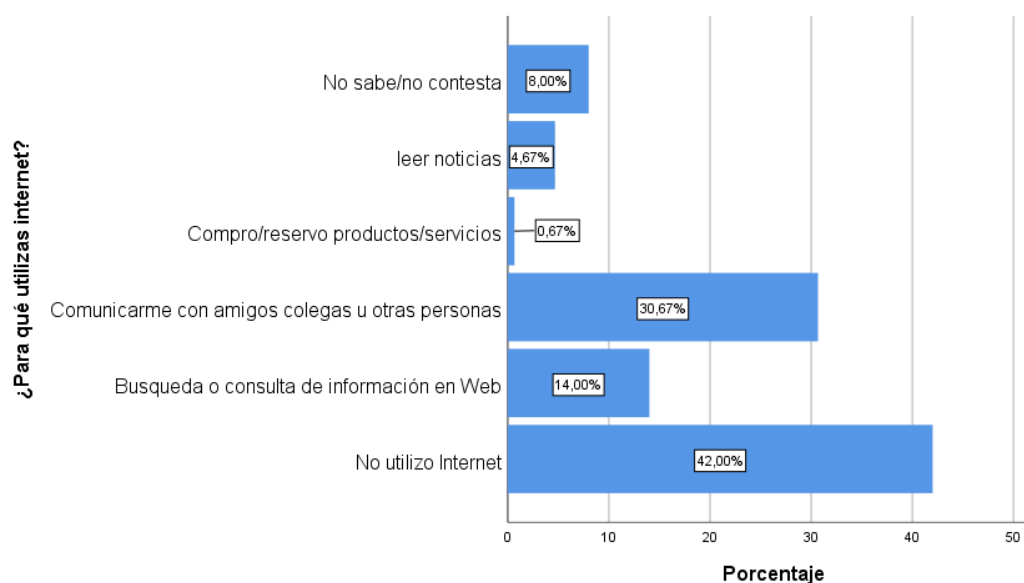
Es importante indicar que en la variable “otros” muchos adultos mayores señalaron no tener conocimientos ni haberlos adquirido. Este factor va aumentando según la edad, siendo la población mayor a 80 años la más afectada.

Figura 15

Cruce de variables entre origen de conocimiento y sexo



Respecto al nivel de conocimiento según sexo, es interesante evidenciar que a pesar de que el porcentaje de mujeres participantes es menor, las tendencias de aprendizaje son muy similares en ambos sexos; las únicas diferencias son que solo hay mujeres que han señalado haber aprendido durante sus estudios preuniversitarios y conferencias, mientras que sólo los hombres señalan haber aprendido durante sus estudios universitarios.

Figura 16*Razones de uso de internet*

Como se ha señalado a lo largo del presente estudio, los adultos mayores son considerados inmigrantes digitales, por ello es indispensable que su entorno tenga una persona que domine las TIC (Nativo Digital) para que pueda ser instruido, pero lamentablemente esto no ocurre en la sociedad. Una de las consecuencias que se presentan a partir del desconocimiento de los medios sociales, es la permanente fragilidad con que los adultos mayores pueden ser afectados por información falsa que abunda en Internet. En este contexto la alfabetización mediática tiene un objetivo fundamental que es la de crear competencias digitales para que los adultos mayores comprendan los mensajes y puedan generar un criterio más amplio en torno a las realidades que se presentan en la sociedad. Los procesos educativos para el uso competente de las TIC deben ser generados por el Estado con el apoyo de las ONGs.

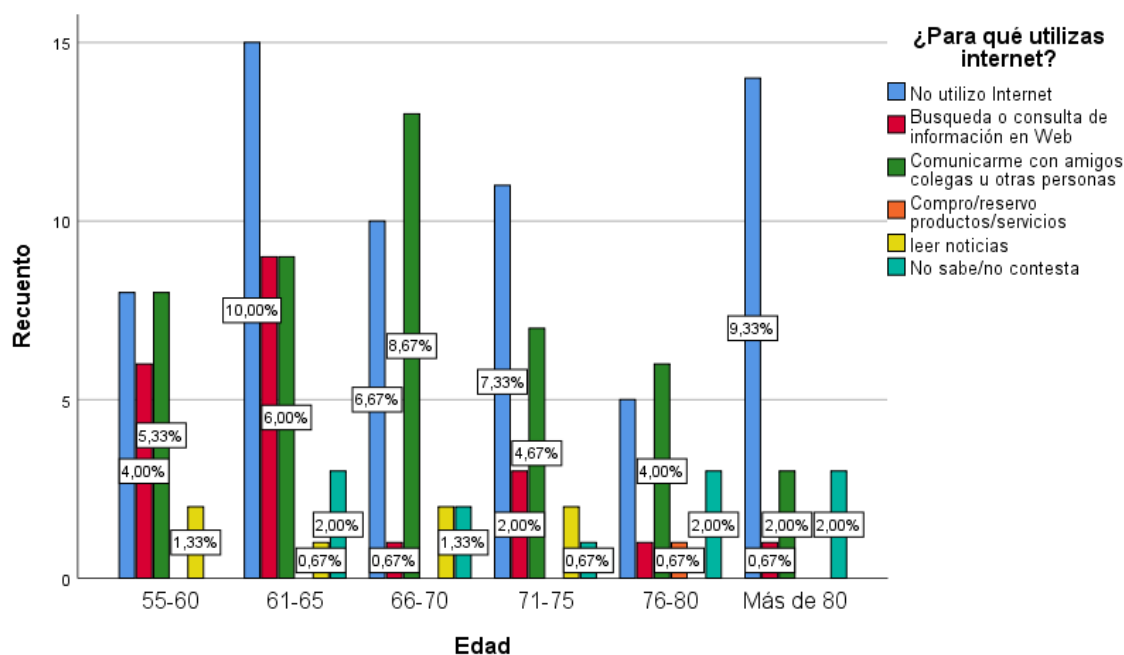
Sobre la utilidad que los adultos mayores le dan a Internet, parece existir un importante distanciamiento de esta herramienta. Por ejemplo 63 adultos mayores encuestados afirman que no utiliza Internet, lo que representa el 42% de la población en estudio. Mientras que 46 personas que constituyen el 30,7% sostienen que utilizan Internet para comunicarse con amigos o personas cercanas a su círculo. Además, el 14%, que corresponden a 21 adultos indican que utilizan Internet para consultas de información. Entretanto, 12 personas que son

el 8% no contestan; y tan solo el 4,7%, que son 12 encuestados leen noticias en la Red. Finalmente, quienes realizan compras por Internet no representan un indicador importante en este aspecto puesto que como migrantes digitales no tienen el proceso de apropiamiento tecnológico necesario para saber cómo usarlo o confiar en este servicio (Sánchez y Castro, 2013).

Considerando los resultados, se puede determinar que los adultos mayores no tienen un acceso permanente a Internet, los que dificulta que se puedan establecer procesos de Alfabetización Mediática sobre la utilización de las plataformas digitales. También se puede deducir que quienes tienen acceso a los medios sociales utilizan la Red para comunicarse con sus familiares y amigos. Igualmente, hay que resaltar que un importante número de personas piensa que puede educarse en Internet y realiza consultas de información. Es importante señalar que las propuestas de inclusión de los adultos mayores en el uso competente de las TIC, debería tener el respaldo del Estado para dotar con esta herramienta a este sector de la población.

Figura 17

Razones de uso de internet según edad

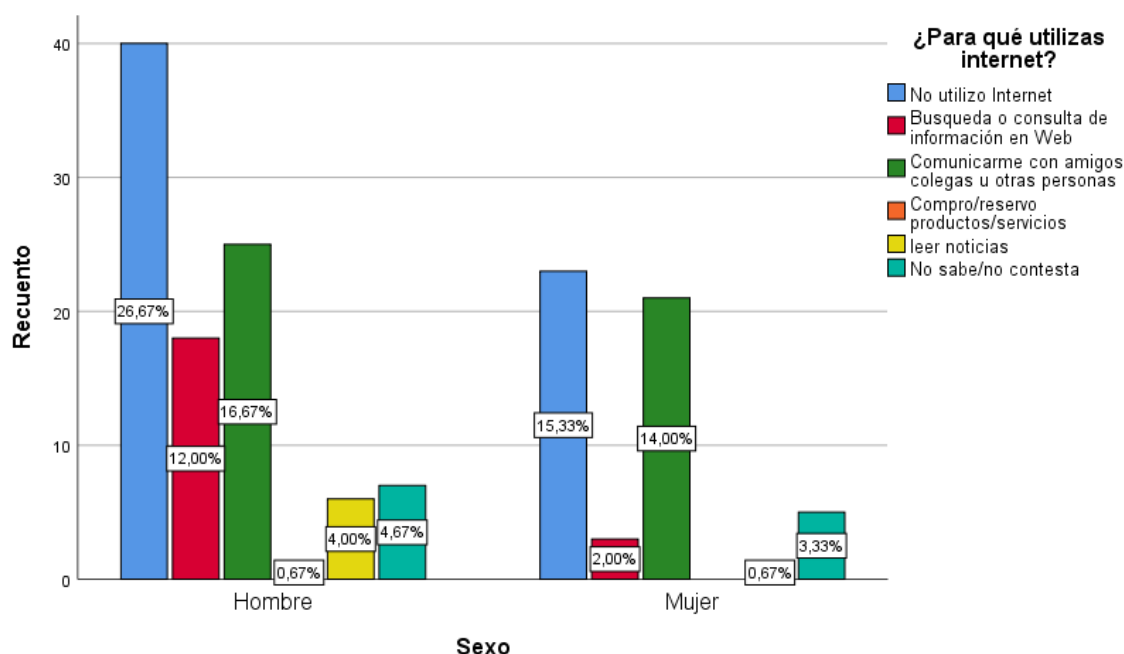


La comunicación es el principal motivo de los adultos para consumir internet, su importancia crece y decrece, siendo su pico entre los 66 y 70 años. La búsqueda en la web no es una actividad popular, sin embargo, el grupo entre 61 a 65 años es el que más la emplea.

Es interesante ver que internet como medio de comunicación para consumir noticias no es popular, y aún menos populares que las noticias son las compras en línea.

Figura 18

Razones de uso de internet según sexo



Según sexo, la comunicación sigue siendo la prioridad para adultos mayores, sin embargo, es importante notar que los hombres son los que más lo utilizan como medio de comunicación para informarse, y para ellos es más común usarlo para realizar búsquedas, sólo un bajo porcentaje de mujeres lo utilizan ambos fines.

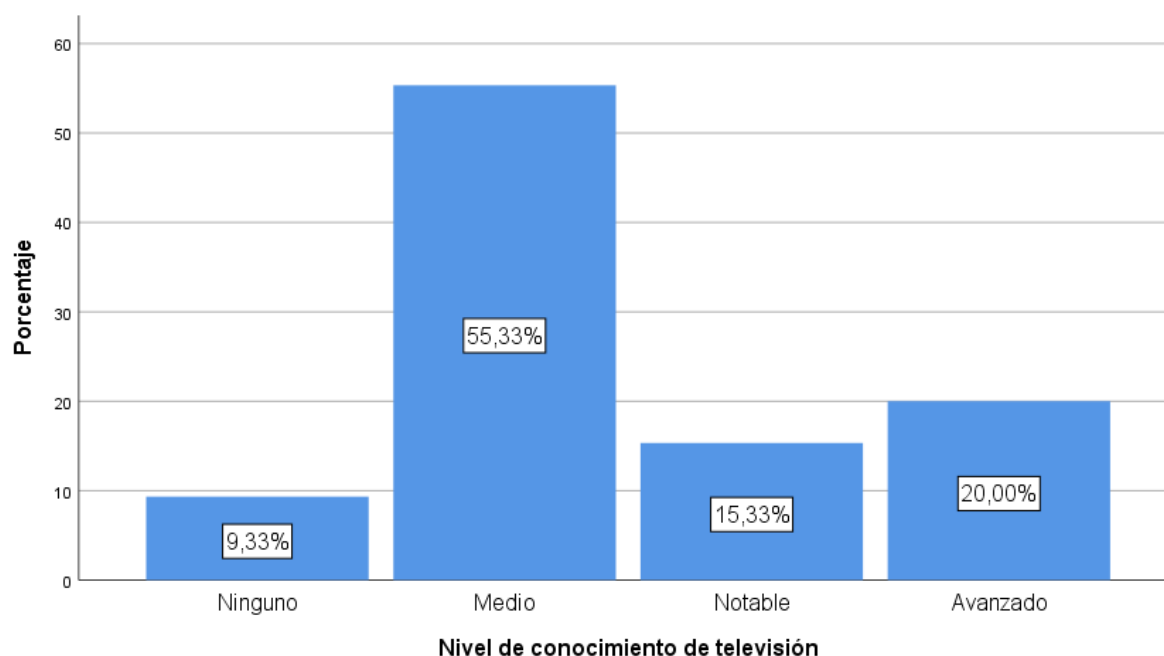
Con esto se puede evidenciar que en el caso de la población femenina, se puede promover programas que junto a la enseñanza de las TIC como medio de comunicación, fomenten el uso de TIC para la búsqueda de información y noticias.

La población mayor no se siente atraída a las compras en línea, por lo que este punto también puede ser potenciado, aprovechando las facilidades de movilidad de la entrega

puerta a puerta y la coyuntura actual de la pandemia y cuarentena provocada por la pandemia del COVID-19.

Figura 19

Nivel de conocimiento de medios (Televisión)

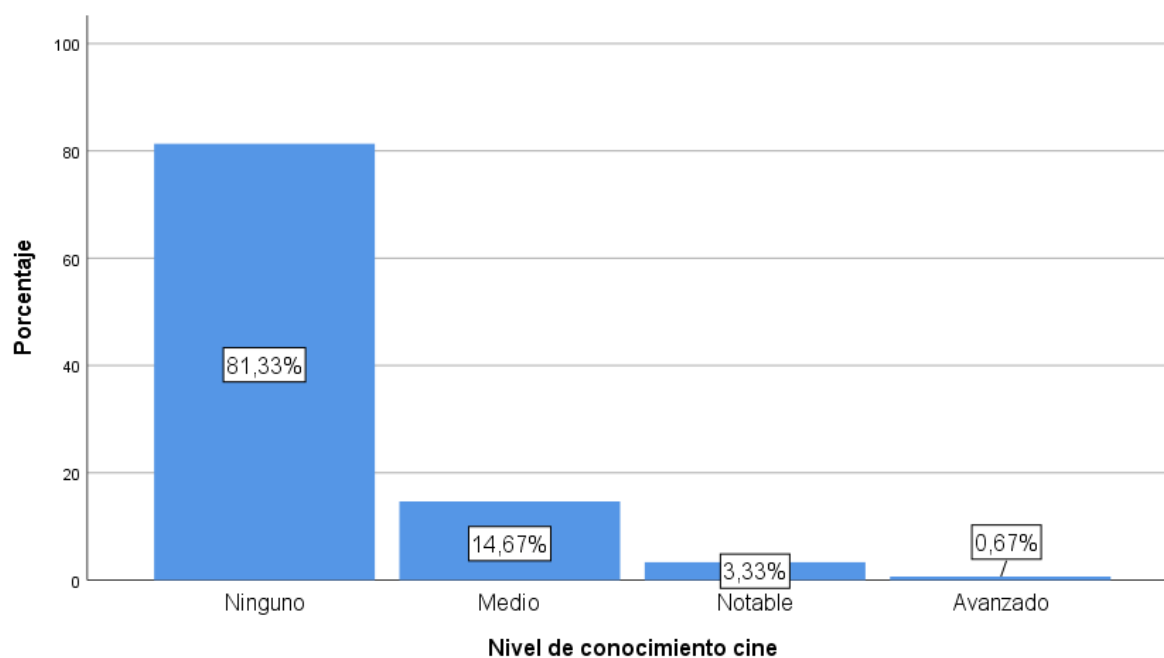


La televisión es uno de los medios de comunicación tradicionales más cercano a los ciudadanos. Pero la gran mayoría de los encuestados, un total de 83, que corresponden al 55,3% dicen conocer medianamente esta herramienta; 30 adultos que son el 20% dicen tener conocimientos avanzados; 23 personas que son el 20% dicen tener conocimientos notables, mientras que tan solo 14% que son el 9,3% indican no conocer nada sobre la televisión.

Con los resultados expuestos, este medio de comunicación se consolida como uno de los preferidos entre los adultos mayores encuestados. Este instrumento tecnológico es también de los más familiares y de fácil acceso. Las personas dedican gran parte de su tiempo a disfrutar de programas informativos y de entretenimiento en televisión.

Figura 20

Nivel de conocimiento de medios (Cine)

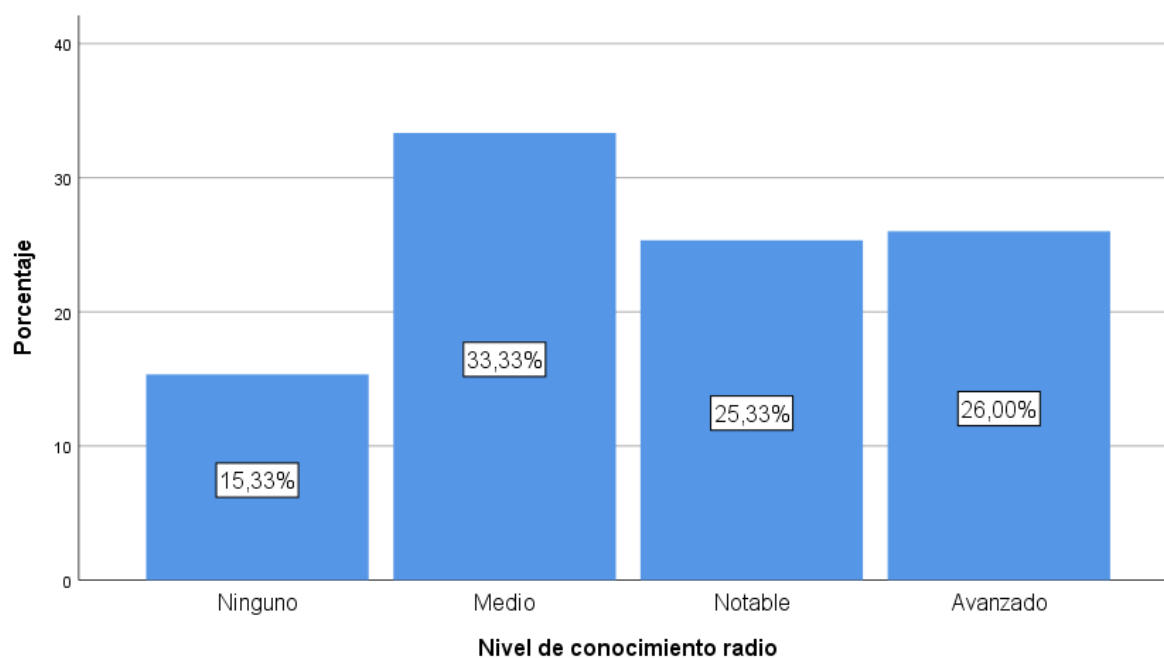


En esta interrogante, la gran mayoría de los adultos encuestados, 122 que significan el 81,3%, indican que no tiene conocimiento alguno sobre cine. 22 personas que atañen al 14,7% señalan que sus conocimientos son medios o regulares. Tan solo 5 personas que simbolizan el 3,3 % de los adultos mayores precisa que sus conocimientos sobre cine son notables. Los indicios de conocimiento avanzado son muy bajos y no representan análisis significativos en la presente investigación.

El cine es un instrumento que ha estado presente durante mucho tiempo y ha ido evolucionando con el uso de las tecnologías, pero en los cantones de la provincia de Loja es muy difícil acceder al cine, por lo que las posibilidades de conocerlo con muy escasas.

Figura 21

Nivel de conocimiento de medios (Radio).

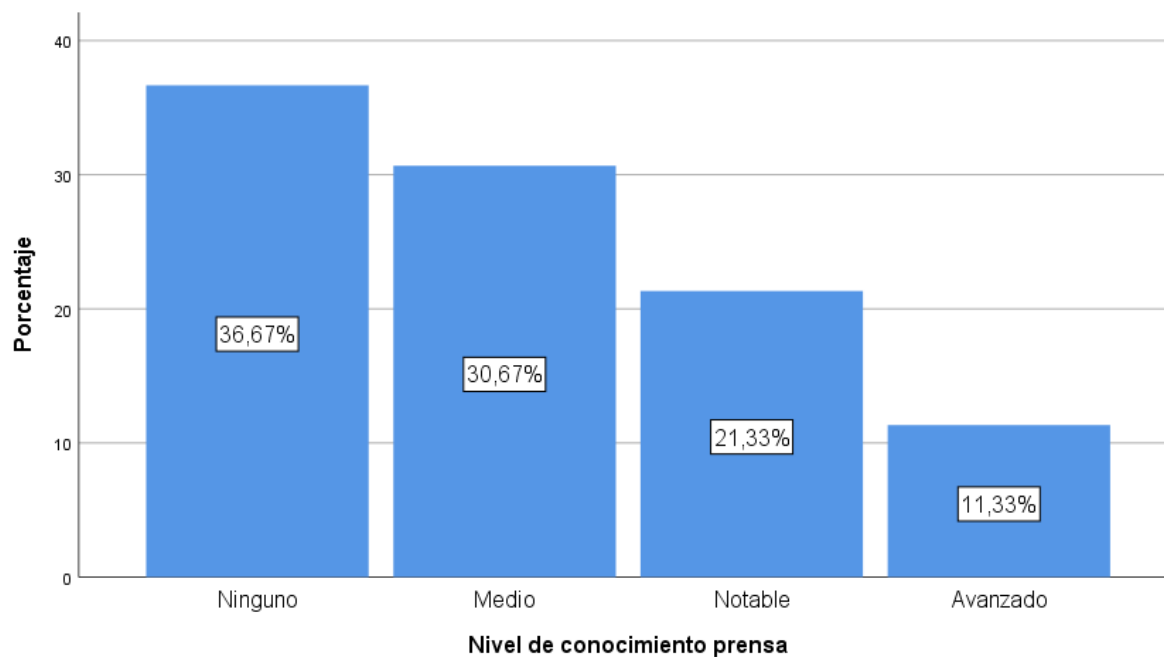


La radio es uno de los medios de comunicación tradicional más aceptados después de la televisión. Un total de 50 encuestados que constituyen el 33,3% señalan que tienen un conocimiento medio o regular de la radio. Después están 39 adultos que corresponden al 26% que consideran tener un conocimiento avanzado de este medio de comunicación. Seguidamente, 38 personas que incumben el 25,3% que precisan conocer de forma notable a la radio. Al final 23 adultos mayores que simbolizan el 15,3% que sostienen desconocer a la radio.

La radio es uno de los medios de comunicación de mayor accesibilidad en la provincia de Loja. Su presencia se puede sentir en los rincones más alejados de la geografía, y es un medio que los adultos mayores conocen muy bien, pues ha estado presente la mayor parte de su vida, incluso antes que la televisión.

Figura 22

Nivel de conocimiento de medios (Prensa)

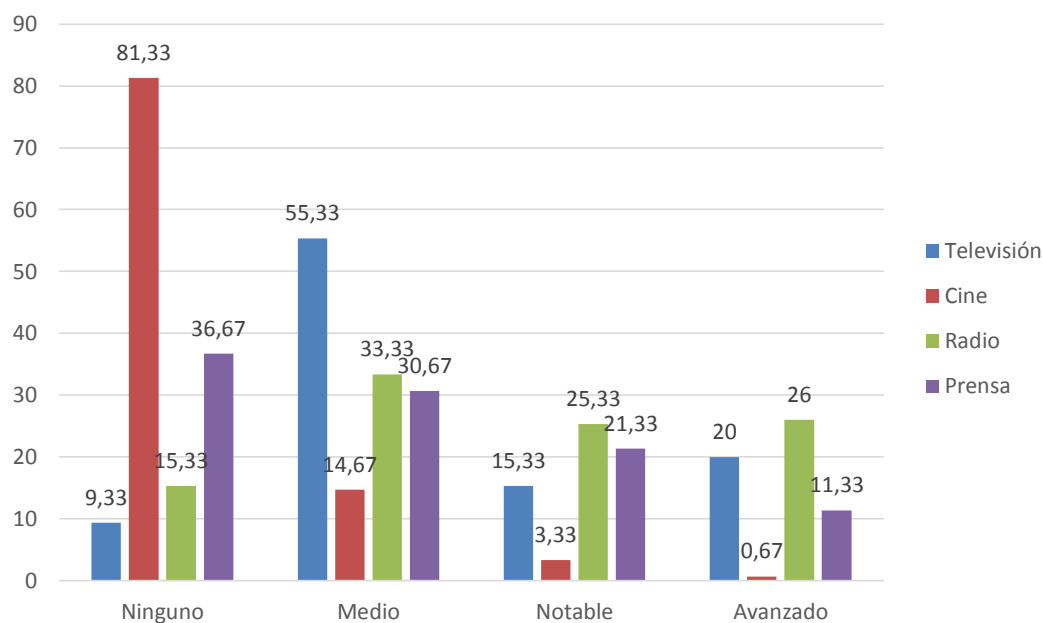


Sobre los niveles de conocimiento de la prensa se tiene resultados variados. 55 personas (36,7%) encuestadas mencionan que no tienen ninguna comprensión sobre este medio tradicional. Después están 146 personas (30,7%) que señalan tener conocimientos medios de la prensa. Los encuestados que mencionan tener un conocimiento notable de la prensa suman 32 (21,3%). Mientras que los adultos mayores que suponen conocer de forma avanzada a la prensa son 17 (11,3%).

La prensa no es uno de los medios más accesibles para los ciudadanos, pero sin duda es uno de mayor credibilidad sobre todo para los adultos mayores. Esta es la principal causa para que en pleno auge del desarrollo tecnológico aún los grandes diarios se comercialicen en papel.

Figura 23

Consolidado por nivel de conocimientos de medios tradicionales



Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 23, pero todos los valores presentados son porcentajes.

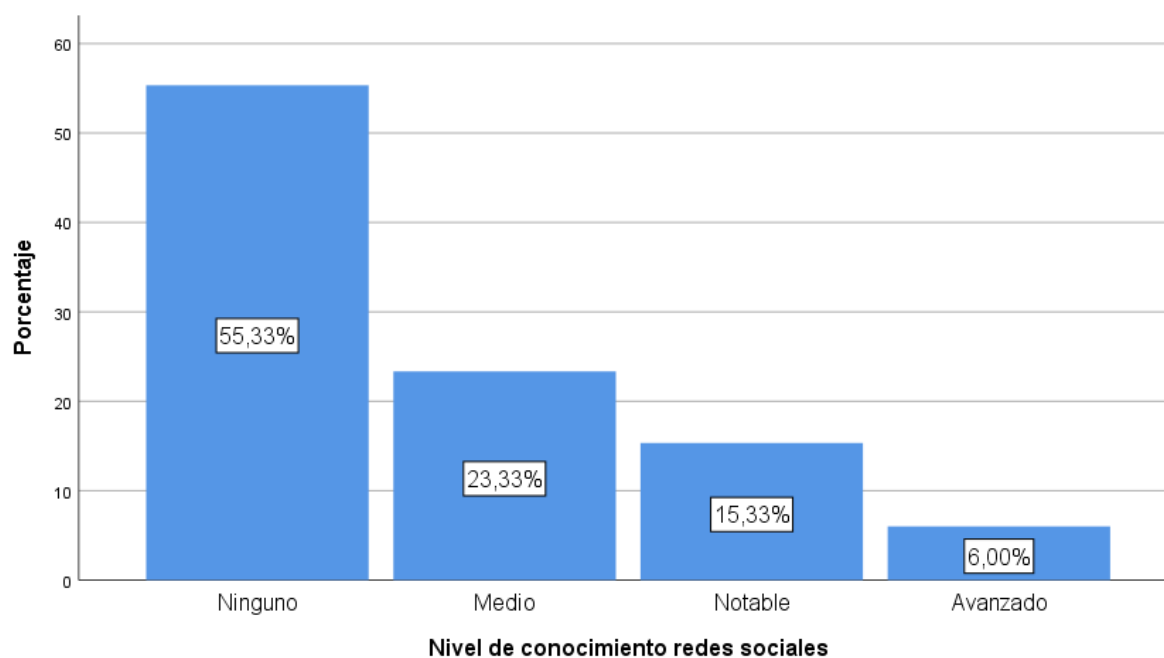
Utilizando una vista consolidada de los medios, vemos que la televisión es el medio más popular entre los adultos mayores, seguido por la radio, la prensa y finalmente el cine.

La televisión es el medio de consumo más fácil debido que presenta imágenes y sonido; la preferencia por este tipo de contenido en vídeo puede ser aprovechada para crear contenidos educativos de este tipo para esta sección de la población.

La radio es un medio netamente sonoro, por lo que utilizarlo como medio de enseñanza en el uso de las TIC no es práctico, sin embargo, puede ser aprovechado para enseñar habilidades críticas, aplicables no sólo a medios digitales sino también tradicionales.

Figura 24

Nivel de conocimiento de medios (Redes Sociales)

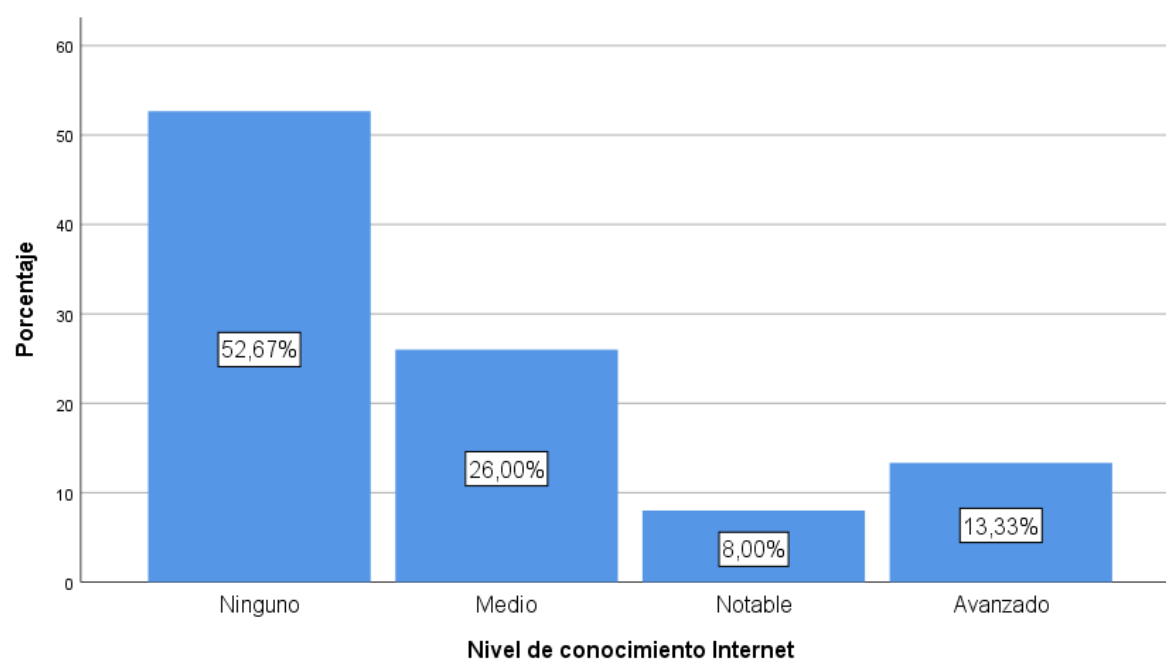


Durante el desarrollo de este estudio, los adultos mayores han reflejado mayoritariamente tener un desconocimiento de las tecnologías y por ende de las redes sociales. 83 adultos mayores que representan el 55,3% de los encuestados afirman que no tiene conocimiento de las redes sociales. 35 personas (23,3%) precisan que tienen conocimientos medios; 23 encuestados (15,3%) sostienen que sus sapiencias son notables y solo 9 adultos (6%) consideran que sus conocimientos son avanzados.

En esta parte de la investigación se empieza a denotar un importante nivel de desconocimiento de las tecnologías y se evidencia la falta de procesos de alfabetización mediática que permitan a los adultos mayores incursionar en el uso competente de las redes sociales. Las personas que manifiestan conocer el manejo adecuado de los medios sociales por lo general suelen poseer conocimientos superficiales y no profundos y efectivos.

Figura 25

Nivel de conocimiento de medios (Internet)

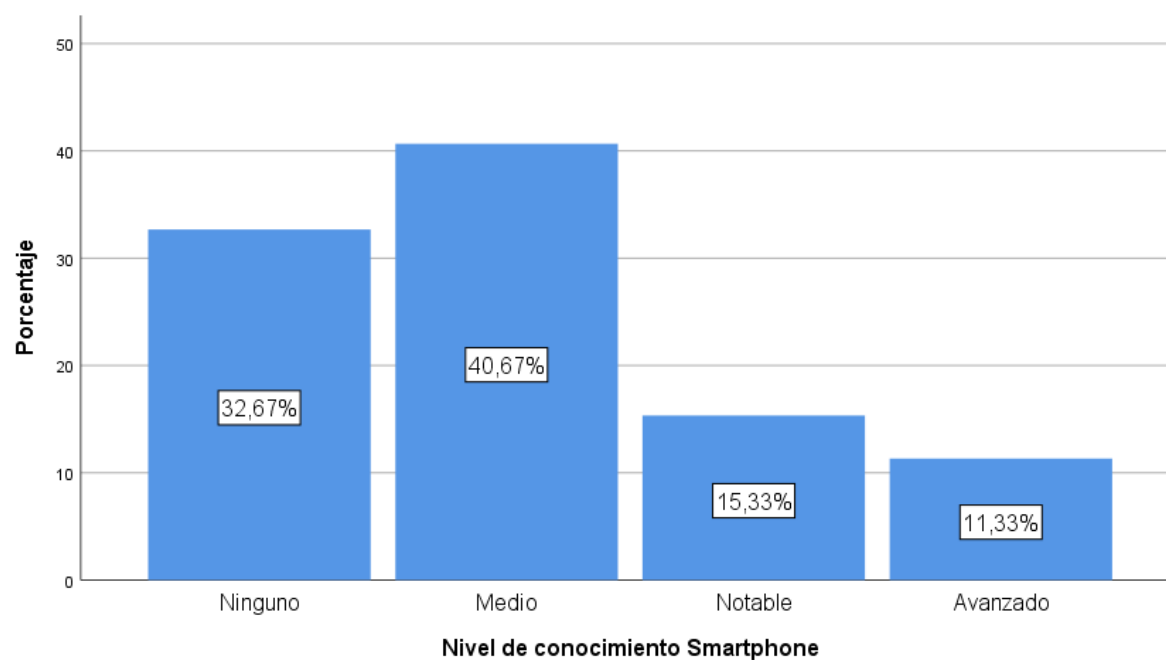


En esta pregunta las cifras son similares a las de la interrogante anterior. Es lógico que, si los adultos mayores no tienen conocimientos de redes o medios sociales, seguramente sus capacidades en Internet serán limitadas. Los datos obtenidos muestran que 79 encuestados (52,7%) desconocen totalmente al Internet; 39 (26%) indican que tienen conocimientos medios; 20 (13,3) señalan que sus conocimientos son avanzados; y solo 12 adultos mayores (8%) manifiestan que su dominio de Internet es notable.

Los adultos mayores no gozan de fácil accesibilidad de las tecnologías. Esto se debe a varios factores como, por ejemplo, edad, economía y localización geográfica. Además, no cuentan con programas que los incluyan en el mundo de las TIC, el Internet es algo desconocido para ellos, lo poco que han aprendido proviene de la necesidad de comunicarse con su entorno.

Figura 26

Nivel de conocimiento de medios (Smartphone)

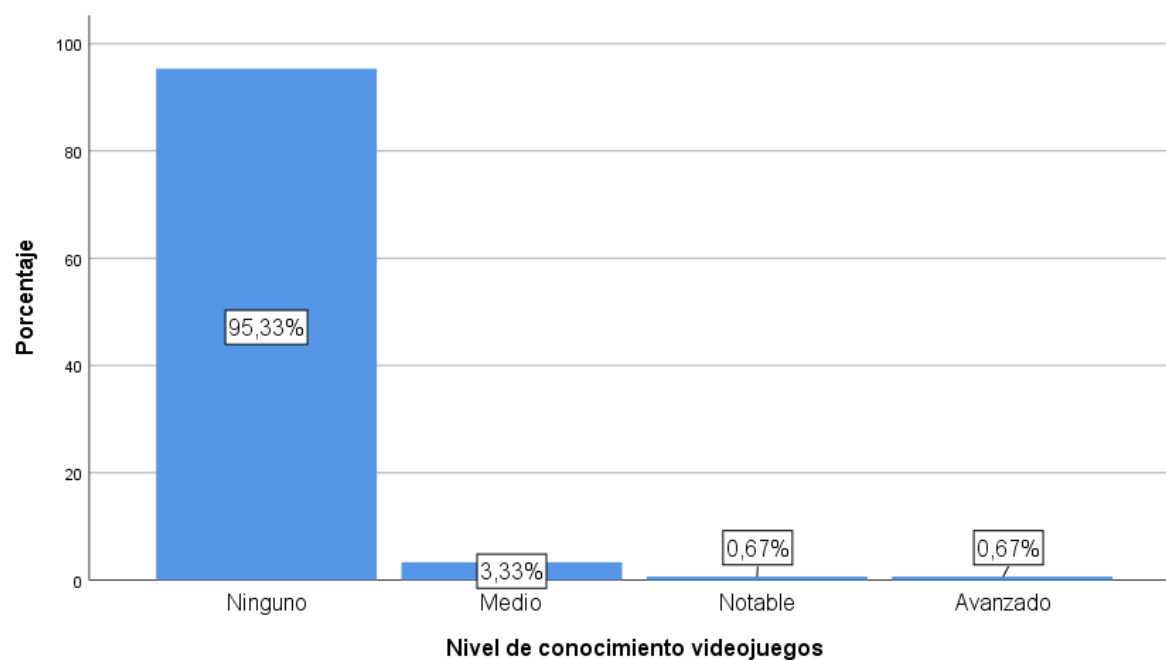


En lo que corresponde a Smartphone o teléfono inteligente, 61 adultos mayores que representan el 40,7% señalan que tienen un conocimiento medio o moderado de este instrumento electrónico; 49 encuestados que corresponden al 32,7% dicen que desconocen al Smartphone; 23 personas que son el 15,3% indican que su conocimiento es notable; y tan solo 17 adultos que son el 11,3% precisan que su nivel de familiaridad con este instrumento es avanzado.

Estos valores pueden mejorar con proyectos que permitan la inclusión de los adultos mayores en procesos de uso competente de tecnologías, pero también es importante resaltar que de a poco se va incrementando el acceso ciudadano a estos instrumentos.

Figura 27

Nivel de conocimiento de medios (Videojuegos)

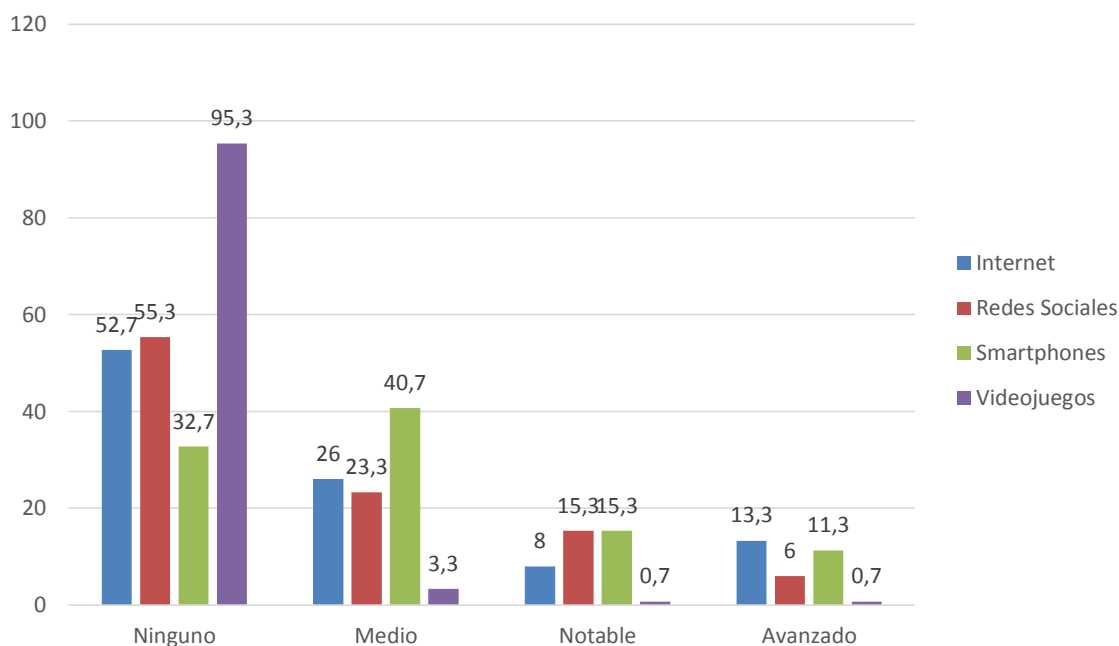


Los videojuegos en su gran mayoría no son del agrado de los adultos mayores. Según los datos de la encuesta, 143 personas que representan el 95,3% dicen desconocer totalmente esta aplicación. Quienes responden tener un conocimiento medio o regular, notable y avanzado, están muy distantes de la primera variable y no representan criterios significativos a la hora del análisis, pues sus valores son mínimos.

Estos resultados indican que los adultos mayores se encuentran en una etapa de experimentación de las tecnologías, pero los videojuegos no son una alternativa que les llame la atención, como si lo hace la posibilidad de utilizar dispositivos electrónicos e Internet para comunicarse con amigos y familiares.

Figura 28

Consolidado por nivel de conocimiento de medios digitales



Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 28, pero todos los valores presentados son porcentajes.

Este gráfico nos permite evidenciar de mejor manera el interés en medios digitales. El más importante es la popularidad de uso de los Smartphones, por lo que el contenido educativo que se pueda generar se puede generar específicamente para ser consumido a través de estos dispositivos.

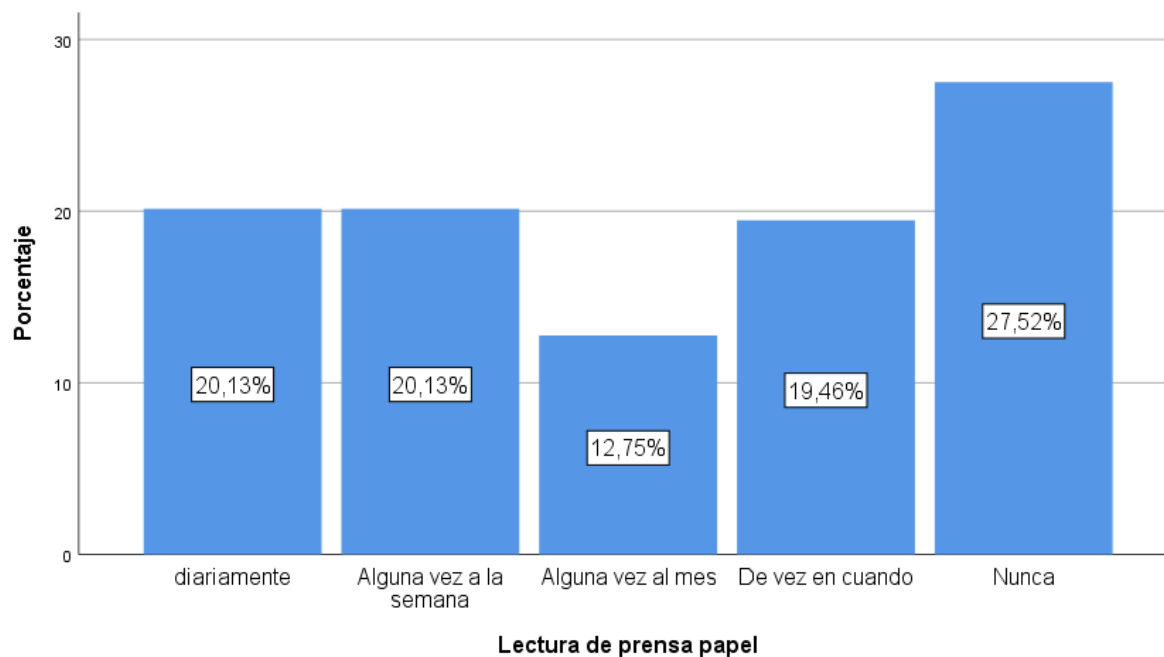
Las redes sociales ocupan el segundo puesto, validando nuevamente la tendencia del interés de este grupo en usar las TIC para comunicarse con amigos y familiares.

Internet, a pesar de ser la base en la cual funcionan las redes sociales e implemento para sacar el máximo partido de los Smartphones, está ubicado en tercer puesto de importancia.

Los videojuegos son en su mayoría desconocidos para los adultos mayores.

Figura 29

Frecuencia de consumo de medios tradicionales (Prensa papel)

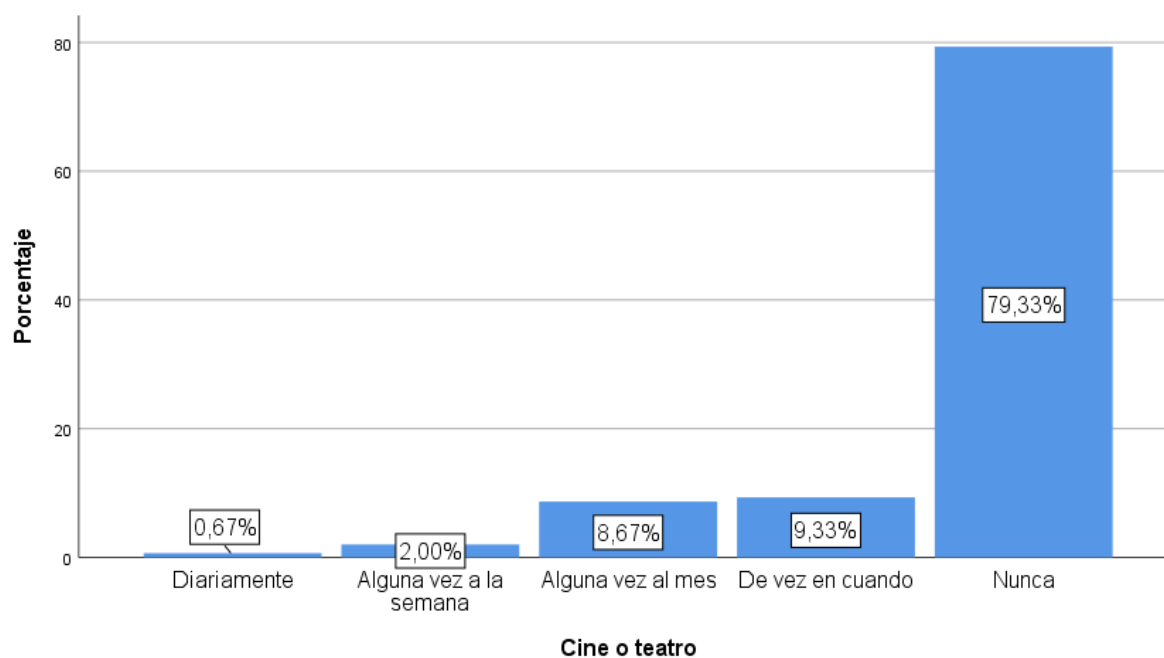


Con el desarrollo tecnológico y la necesidad que tienen los medios de converger, la prensa se ha visto superada por otras alternativas comunicativas. Así 41 encuestados (27,3%), manifiestan que nunca leen la prensa; 30 personas (20%) indican que leen la prensa todos los días; igual cantidad 30 (20%) alguna vez a la semana; y 29 (19,3%) alguna vez al mes.

Los resultados de la encuesta indican que la prensa no es un medio habitual entre los adultos mayores. Una de las principales causas por lo que no se lee cotidianamente la prensa sería el costo que demanda. También queda claro que este grupo generacional prefiere utilizar otros medios de comunicación como la radio y televisión, que por lo general son más accesibles y familiares.

Figura 30

Frecuencia de consumo de medios tradicionales (Cine o teatro)

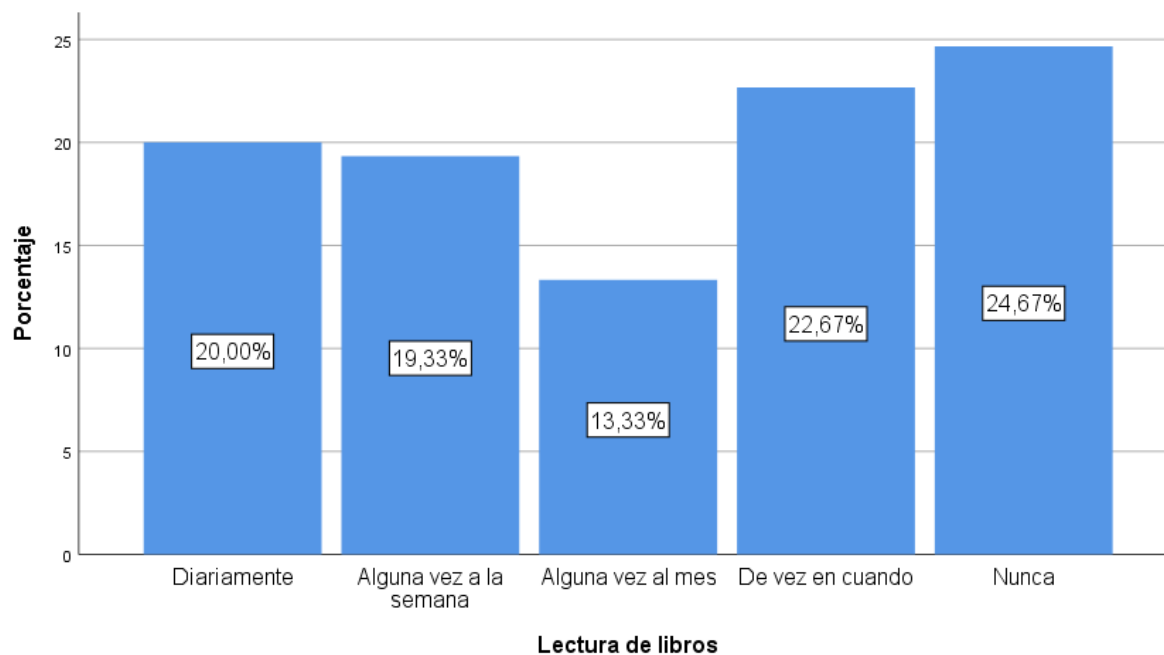


Sobre el acceso que tienen al cine o teatro los adultos mayores, las cifras son contundentes. 119 (79,3%) encuestados afirman que nunca acuden al cine o teatro; 14 (9,3%) dicen que de vez en cuando; 13 (8,7%) alguna vez al mes; 3 (2,0%) alguna vez a la semana y sólo 1 (0,7%) precisa que lo hace de forma periódica.

El cine y el teatro no son tan accesibles para los adultos mayores principalmente por condiciones económicas y geográficas, pues su presencia en los cantones de la provincia de Loja es muy reducida. Por ello las respuestas de los encuestados se ajustan plenamente a la realidad, ya que para acudir al cine o teatro necesariamente hay que movilizarse a la capital de provincia, y eso no beneficia mayormente a este grupo generacional.

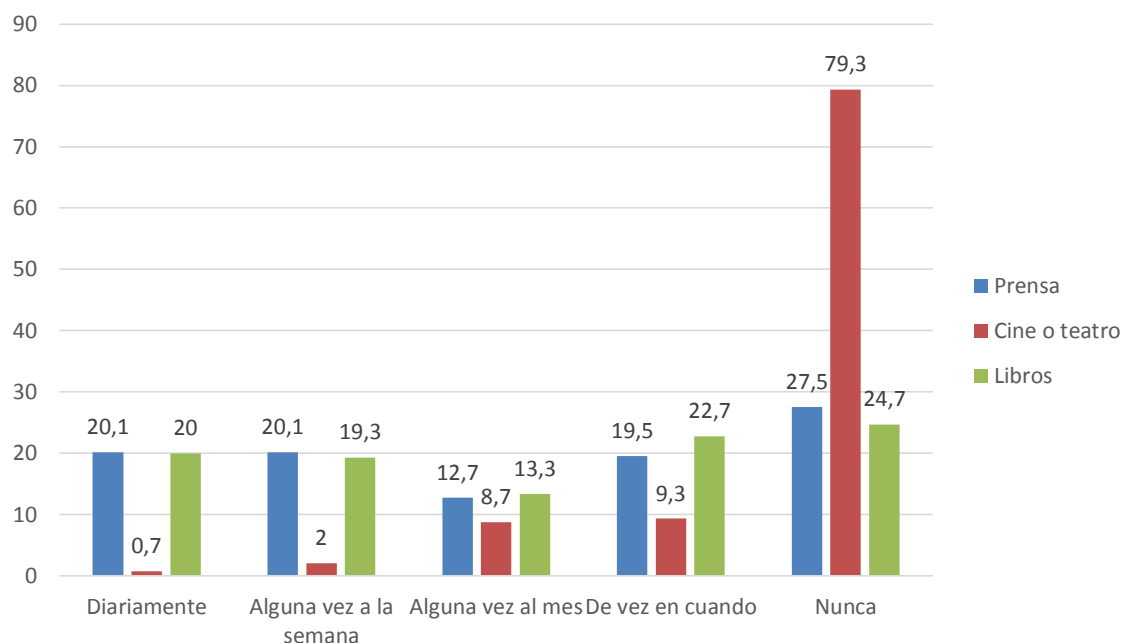
Figura 31

Frecuencia de consumo de medios tradicionales (Libros)



En referencia a la lectura de libros, 37 adultos mayores (24,7%) dicen que nunca lo realizan; 34 (22,7%) leen de vez en cuando; a diario lo hacen 30 (20%); alguna vez a la semana 29 (19,3%); y 20 (13,3%) alguna vez al mes.

Estos datos permiten deducir que la lectura de libros no es una práctica habitual de los adultos mayores. La falta de acceso a los libros se genera por varios aspectos, entre ellos nuevamente se cita el económico, la falta de actualización de conocimientos y la débil sociabilidad con las tecnologías.

Figura 32*Consolidado de frecuencia de consumo de medios tradicionales*

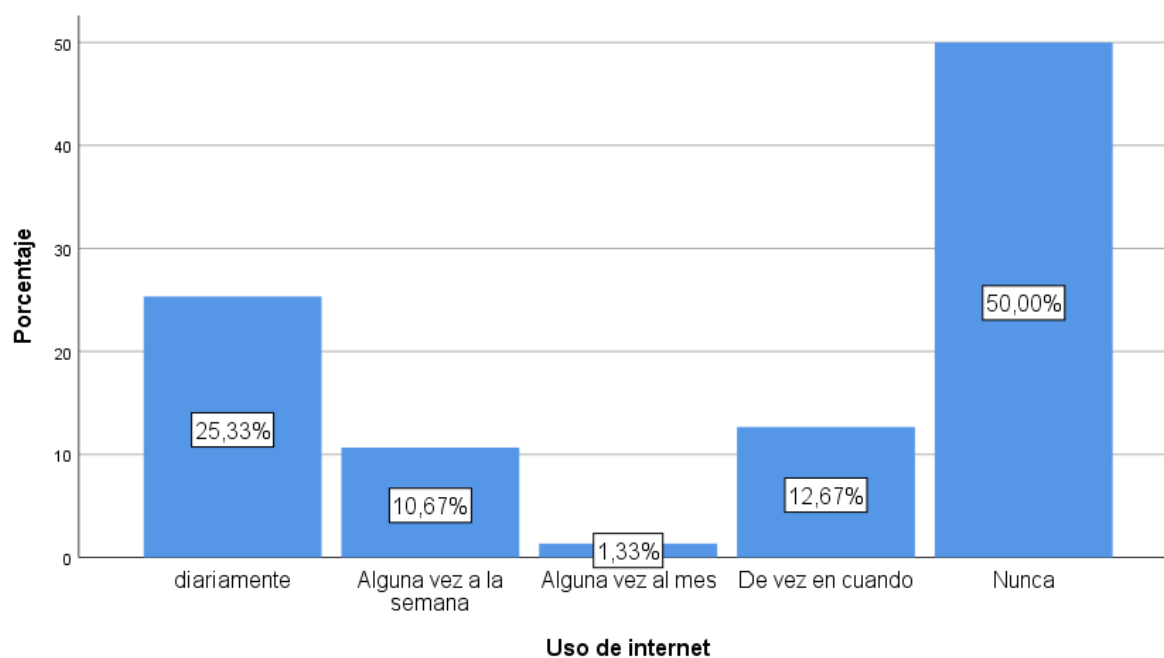
Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 32, pero todos los valores presentados son porcentajes.

El consumo de prensa es constante en todos los grupos de frecuencia, lo mismo los libros.

El cine y el teatro son grandes desconocidos para los adultos mayores, lo cual se puede relacionar al hecho de que esta investigación se realiza en tres cantones rurales de la provincia de Loja, y en toda la provincia sólo existe una sala de cine, ubicada en la ciudad de Loja. Fuera de esto, las películas son consumidas a través de DVD's, y televisión, abierta o pagada.

Figura 33

Frecuencia de consumo de medios digitales (Internet)

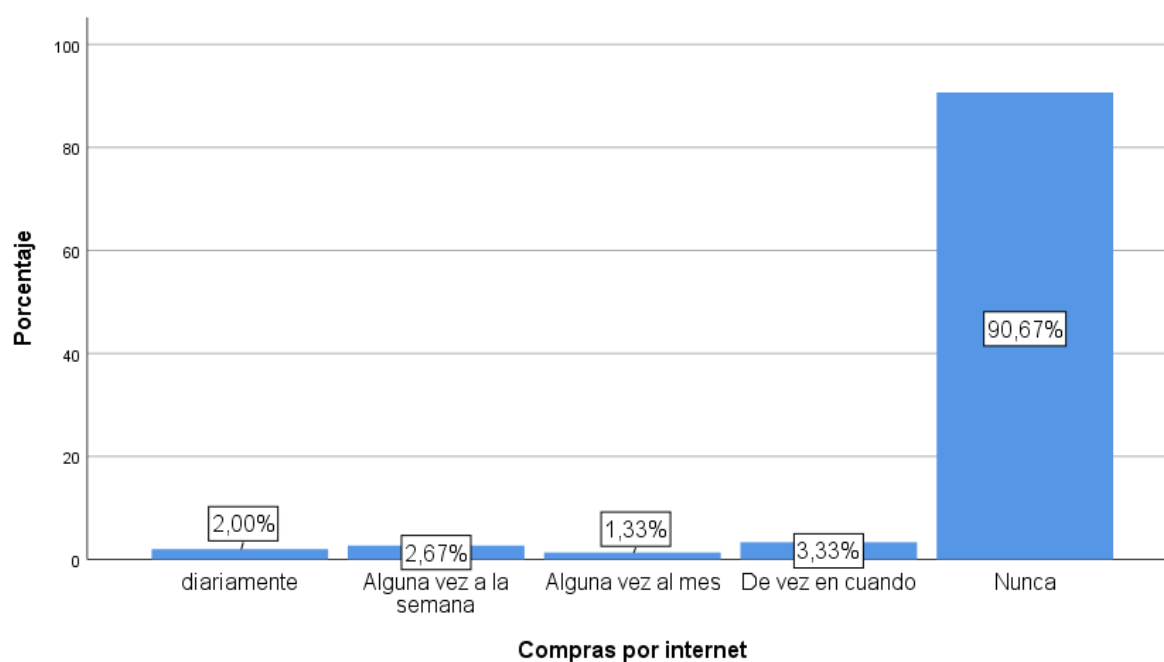


Los datos de esta interrogante indican que la mitad de los encuestados nunca utiliza Internet. Corresponden a 75 encuestados (50%). Mientras que 38 personas (25,3%) sostienen que utilizan Internet a diario. 10 adultos mayores (12,7) precisan que ingresan a Internet de vez en cuando, 16 (10,7%) alguna vez a la semana y solamente 2 encuestados (1,3%) alguna vez al mes.

Lo que llama la atención es que existe un alto porcentaje de personas que dice acceder de manera frecuente a Internet, lo que quiere decir que un poco más de un cuarto de la población en estudio tiene un dispositivo tecnológico que les permite estar en contacto con este medio. Sin embargo, estas cifras siguen reflejando las desventajas que tiene este grupo generacional para acceder a la Red.

Figura 34

Frecuencia de consumo de medios digitales (Compras por Internet)

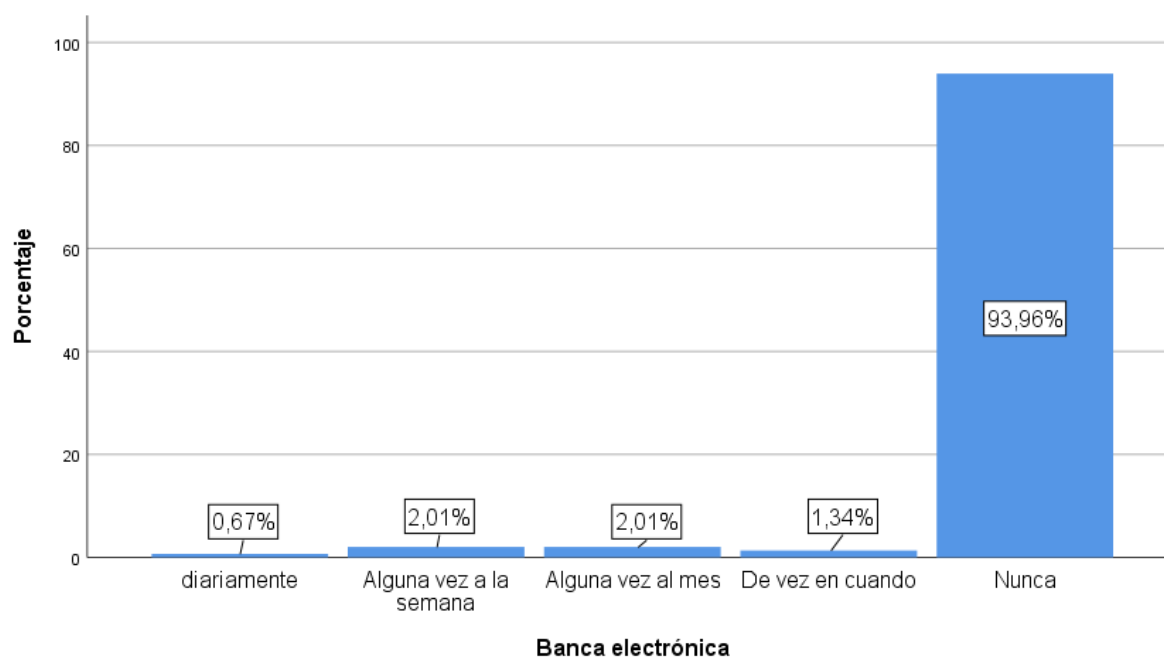


Con el inmenso avance tecnológico las compras por Internet son muy comunes entre las personas que comulgan con las TIC. Pero para los adultos mayores es algo desconocido y eso los ratifican 136 encuestados (90,7%) que afirma nunca haber realizado compras a través de la Web. Muy distante de estas cifras se generaron a las siguientes variables: 5 personas (3,3%) dicen que de vez en cuando compran por Internet; 4 (2,7%) alguna vez a la semana; 3 (2%) diariamente; y 2 (1,3%) alguna vez al mes.

Las compras por Internet tienen cierto grado de complejidad y se deben complementar con otras herramientas como las tarjetas de crédito y posteriores envíos. Como se evidencia los adultos mayores no tienen los suficientes conocimientos para realizar estas actividades y por lo tanto no es posible desarrollar estas diligencias.

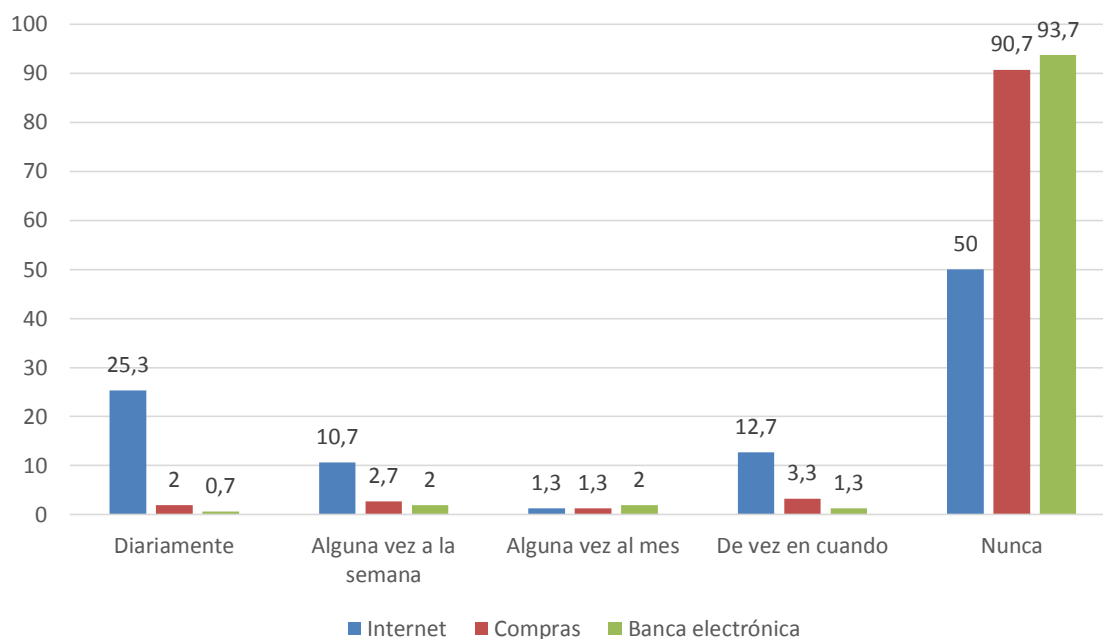
Figura 35

Frecuencia de consumo de medios digitales (Compras por Internet)



El Internet es una plataforma muy amplia, en donde también se aloja la banca electrónica. Pero esta se desarrolla con cierto grado de complejidad lo que la aleja de los adultos mayores. Con este pequeño antecedente, 140 personas (93,3%) que afirman nunca haber utilizado la banca electrónica. 3 individuos (2%) indican que la utilizan una vez a la semana; de forma similar 3 adultos (2%) una vez al mes; 2 (1,3%) de vez en cuando; y 1 encuestado (0,7%) sostiene que la ocupa de forma diaria.

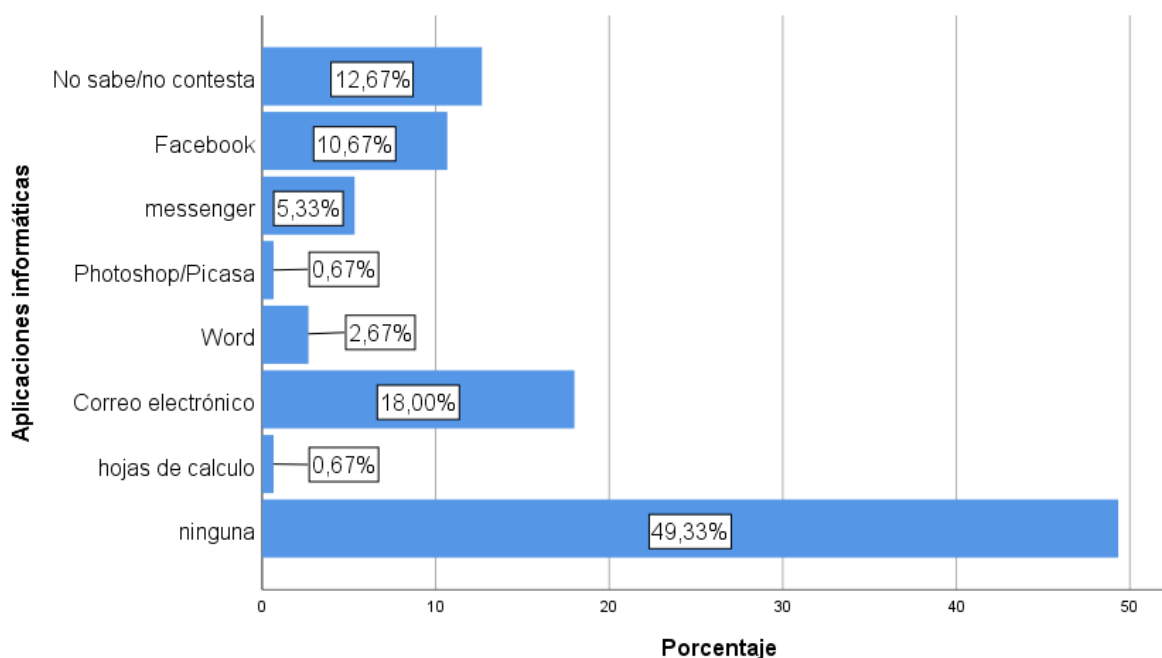
La gran mayoría de los adultos mayores, aún desconocen el gran beneficio que ofrece el dominio de las tecnologías, prefieren por lo general lo tradicional, por eso acuden al banco de forma directa para realizar sus depósitos y transacciones, ya que eso les da más seguridad y confianza. De parte de los bancos tampoco es que se ha realizado procesos sobresalientes que les permitan a los usuarios adaptarse a los procesos tecnológicos y por ende a la banca electrónica.

Figura 36*Consolidado de frecuencia de consumo de medios digitales*

Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 36, pero todos los valores presentados son porcentajes.

Tanto las compras por internet como la banca electrónica son servicios que generan incertidumbre en la población mayor, al romper con el esquema de confianza que genera la compra persona a persona.

Ambos servicios pueden ser potenciados a través de programas de capacitación, lo cual también puede beneficiar a los adultos mayores al darles la posibilidad de no ser sólo compradores sino también ofrecer sus productos o servicios.

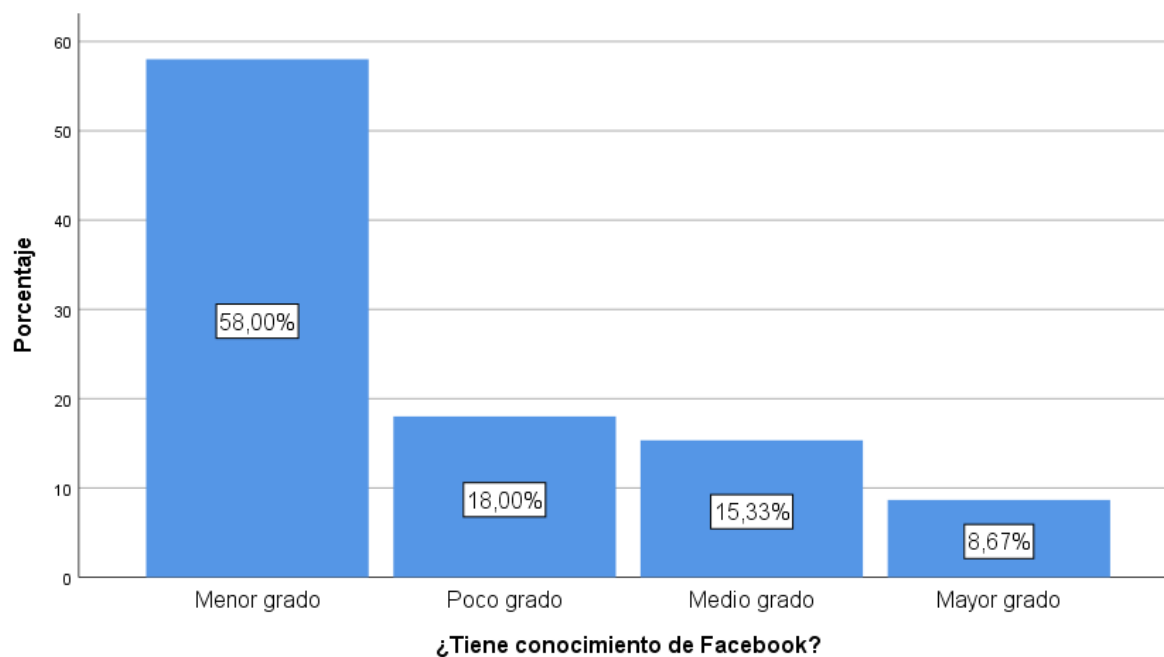
Figura 37*Aplicación informáticas usadas*

Las aplicaciones informáticas son las herramientas que uno utiliza para navegar en Internet. Pero como era de esperarse y por los antecedentes existentes 74 personas que son el 49,3% de los encuestados no las utilizan. Después 27 (18%), han operado un correo electrónico; 19 (12,7%) no saben que responder; 16 (10,7) indica que utiliza Facebook, 8 (5,3%) Messenger; 4 (2,7%) documentos de Word; 1 (0,7%) hojas de cálculo; y 1 (0,7%) Photoshop/Picasa.

Estos datos permiten deducir que no existe una estrategia generalizada para la inclusión de los adultos mayores el uso competente de las TIC Pero también es necesario señalar que un importante número de encuestados permite afirmar que cada día existen mayor número de personas que experimentan con la tecnología, e incluso por varios factores como por ejemplo laborales, los adultos mayores acceden a herramientas como Word, en donde reciben información de sus roles de pago, facturas, tramites de jubilación, entre otros.

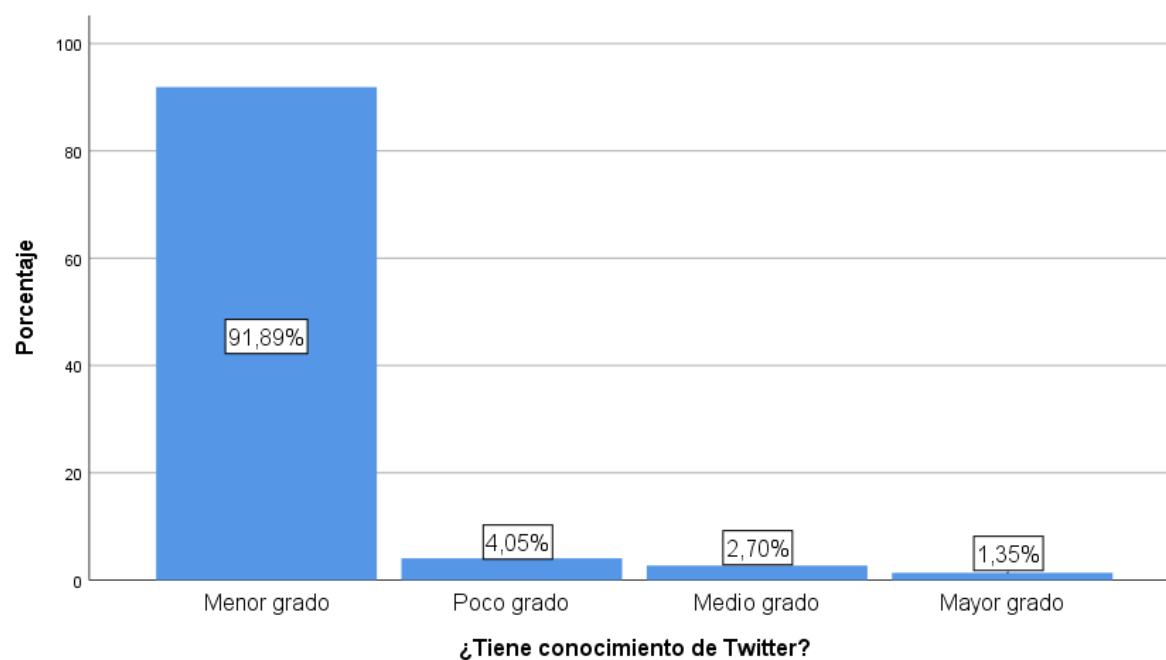
Figura 38

Nivel de conocimiento de Facebook



Las redes sociales y principalmente el Facebook, es lo más cercano a los adultos mayores en cuanto a tecnologías se refiere, sin embargo, los conocimientos sobre esta aplicación no son muy significativos. 87 encuestados (58%), indican que sus conocimientos son en menor grado; 27 (18%) precisan conocer poco; 23 (15,3%) señalan que sus conocimientos son medios; y tan solo 13 adultos mayores (8,7%) mencionan que sus conocimientos son en mayor grado.

Para este grupo etario el manejo de Facebook se presenta como algo no tan necesario, sino más bien como actividad recreativa que les permite informarse y comunicarse con su entorno social. Los resultados de la encuesta muestran que los adultos mayores de Calvas, Gonzanamá y Quilanga no consideran al Facebook como un instrumento indispensable para el desarrollo de su vida.

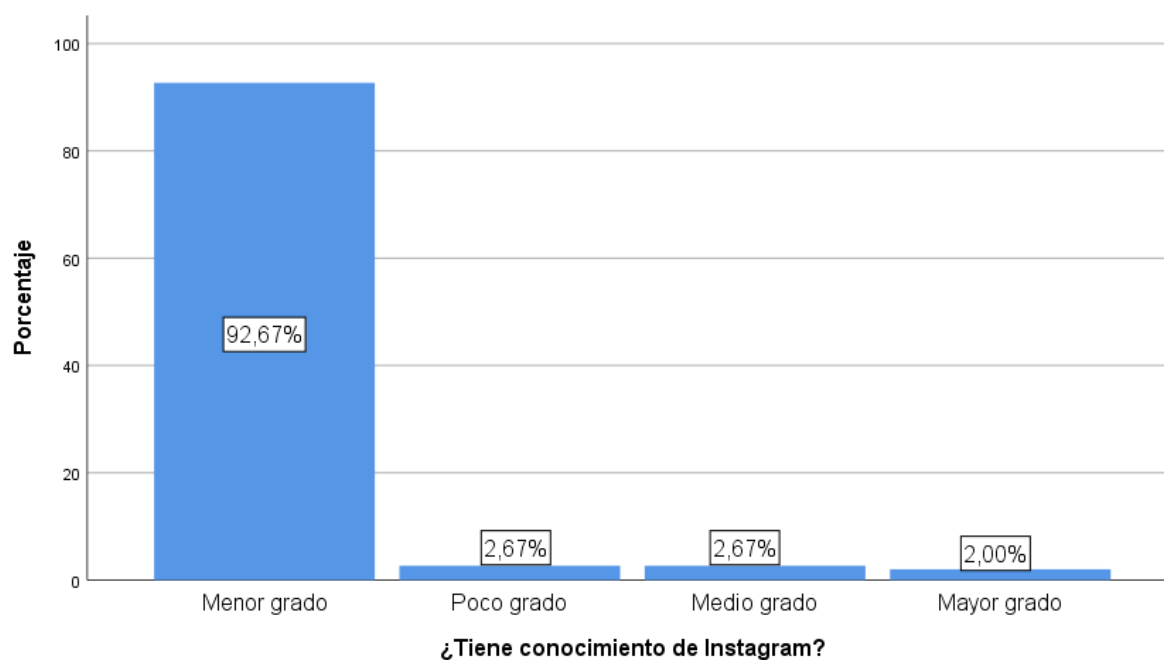
Figura 39*Nivel de conocimiento de Twitter*

En comparación con Facebook, la Red social Twitter es mucho menos popular. Eso se ratifica en esta interrogante, pues 136 adultos mayores que corresponden al 90,7%, dicen que los conocimientos que tienen de Twitter son en menor grado. 6 personas que significan el 4% mencionan que conocen poco; 4 (2,7%) indican que sus conocimientos son mínimos y tan sólo 2 individuos afirman que conocen mayormente es aplicación.

La presencia de los adultos mayores en redes sociales cada vez es mayor. Sin embargo, el Twitter es desconocido por un gran segmento de inmigrantes digitales, a pesar de que en este medio social predomina la información, la brecha digital, aleja a los adultos mayores de las tecnologías e Internet y en consecuencia del Twitter.

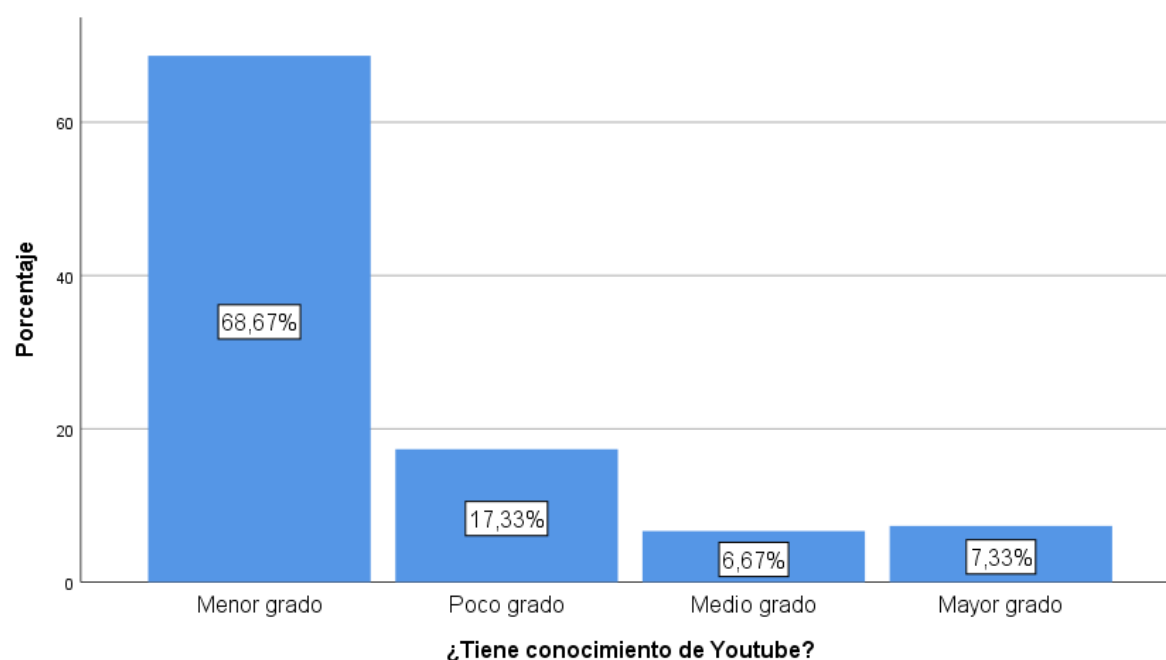
Figura 40

Nivel de conocimiento de Instagram



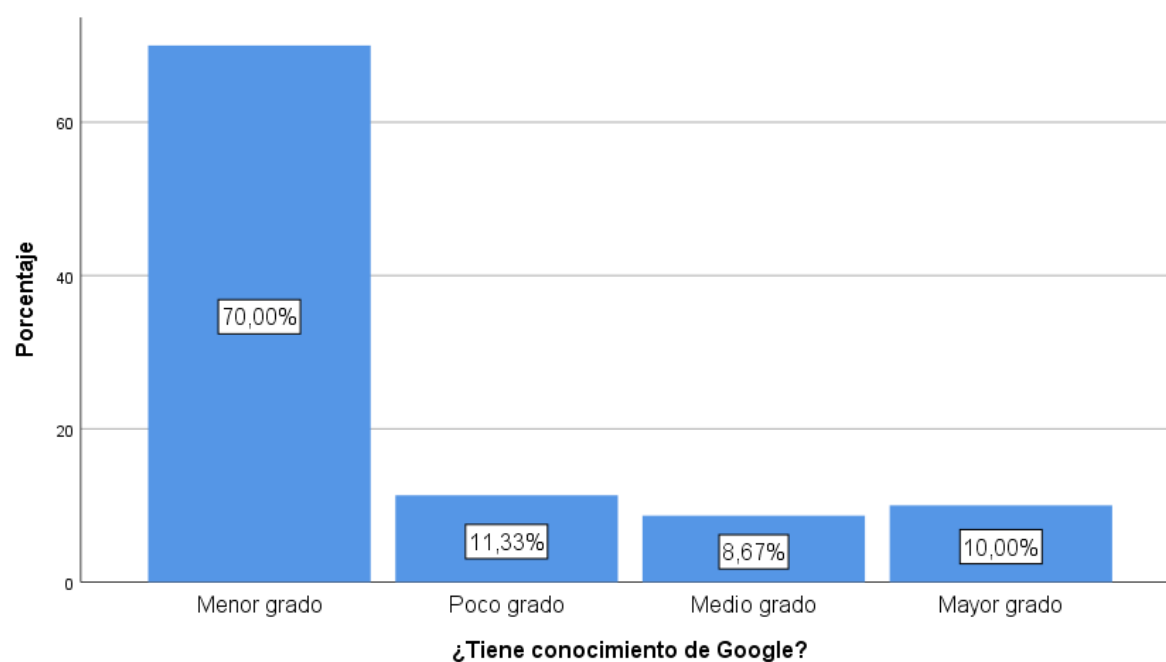
Los resultados en esta interrogante son muy similares a la anterior. Es decir, los adultos mayores conocen muy poco de Instagram. 139 encuestados que corresponden al 92,7% indican que conocen Instagram en menor grado; 4 (2,7%) en poco grado; igualmente 4 (2,7%) medio grado; y tan solo 3 (2%) adultos mayores en mayor grado.

Instagram es la Red social que más crecimiento tuvo en los últimos años, a pesar de ello los adultos mayores la invisibilizan y no la consideran necesaria. Se puede concluir que la no presencia de este grupo etario en esta Red social se da por su complejidad y falta de conocimiento, considerando también que este medio fue concebido pensando en la población juvenil.

Figura 41*Nivel de conocimiento de Youtube*

YouTube es un portal de Internet que permite a los usuarios subir y visualizar videos. Un total de 103 adultos mayores que representan el 68,7% de los encuestados indican que conocen en menor grado esta plataforma. 26 personas que corresponden al 17,3% señalan que conocen poco. 11 adultos que son el 7,3% mencionan que conocen YouTube en mayor grado. Mientras que 10 individuos que constituyen el 6,7% precisan que sus conocimientos son medios.

Se va a insistir en el punto de que, los adultos mayores poco a poco van adentrándose en el mundo de las tecnologías. A pesar de que los resultados de aceptación de YouTube por parte de los adultos mayores son muy bajos, aquí se nota una leve mejoría en los accesos, y eso se genera principalmente por la gran aceptación que tiene la recepción de videos en plataformas online.

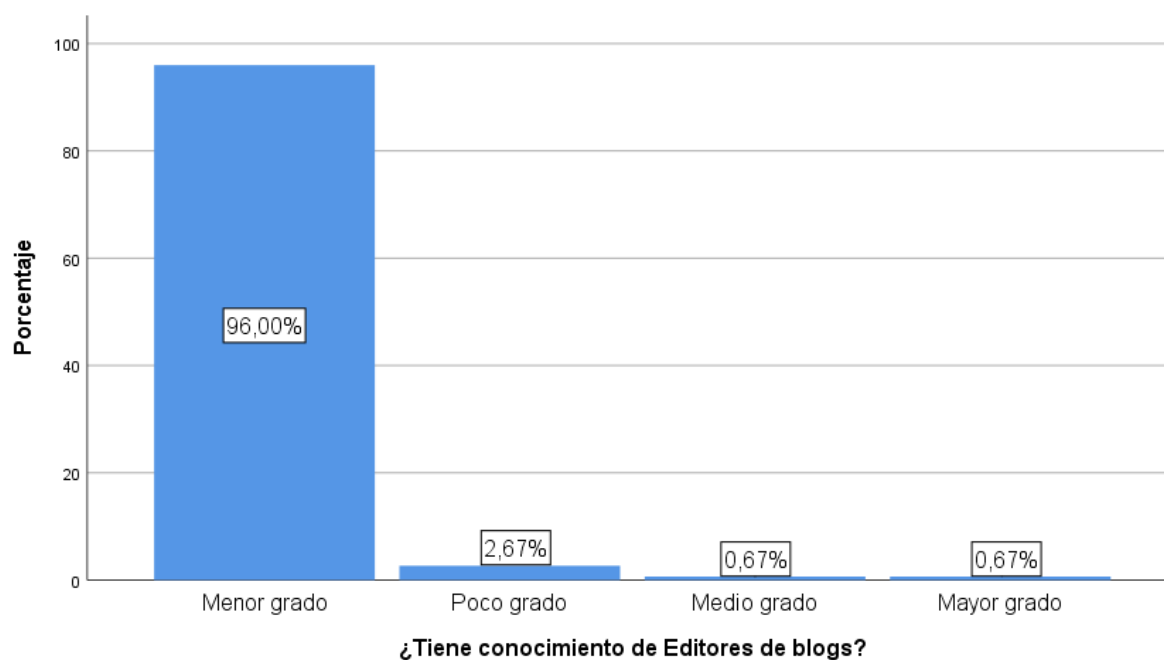
Figura 42*Nivel de conocimiento de Google*

Google es una de las principales buscadoras de Internet, sin embargo, los bajos niveles de conocimiento que tienen los adultos mayores sobre tecnologías se siguen reflejando en esta interrogante. 105 personas (70%) mencionan que conocen Google en menor grado; 17 (11,3%) poco grado; 15 (10%) en mayor grado; y 13 (8,7%) tiene conocimientos medios.

Esta herramienta ha estado presente desde hace más de 20 años en la Web, a pesar de esto también resulta desconocida por parte de un gran grupo de encuestados. Es preocupante como los adultos mayores no conozcan las bondades de este navegador. Si bien es cierto un importante número de encuestados responde haber explorado Google, se necesita procesos educativos que permitan educar en el manejo competente de las tecnologías.

Figura 43

Nivel de conocimiento de editores de blogs

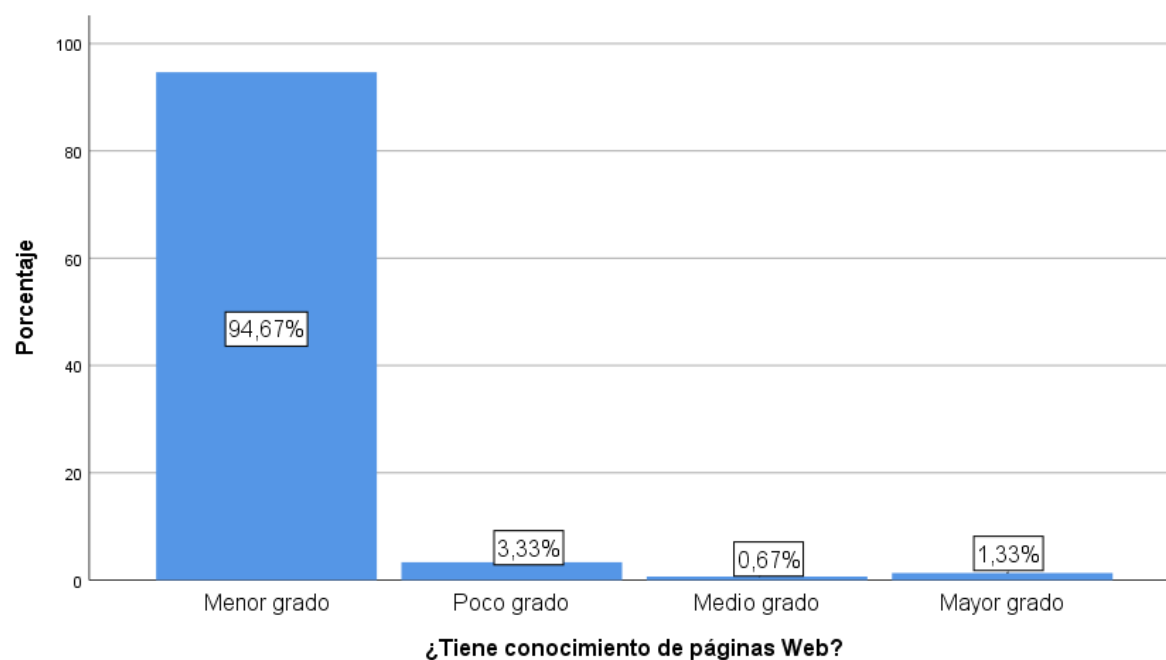


Un blog es un sitio Web de carácter personal, que puede ser utilizado de para compartir información e ir la actualizando de manera permanente. Según la encuesta, 144 (96%) adultos mayores conocen en menor grado esta herramienta. Con niveles muy distantes, 4 (2,7%) personas dicen conocer en poco grado; 1 (0,7%) encuestado indica conocer en medio grado; y 1(0,7%) individuo sostiene que conoce en mayor grado a los Editores de blogs.

En las diferentes plataformas de creación de blogs se encuentra un editor, el cual permite agregar el texto y especificar varios elementos para una publicación como imágenes y videos. El manejo es relativamente complejo y con los resultados preliminares es deducible que los adultos mayores no conocen los blogs. A esto se debe sumar que con el paso de los años las redes sociales se han hecho muy fuertes y esto ha sido desastroso para los blogs que poco a poco se han quedado en el olvido.

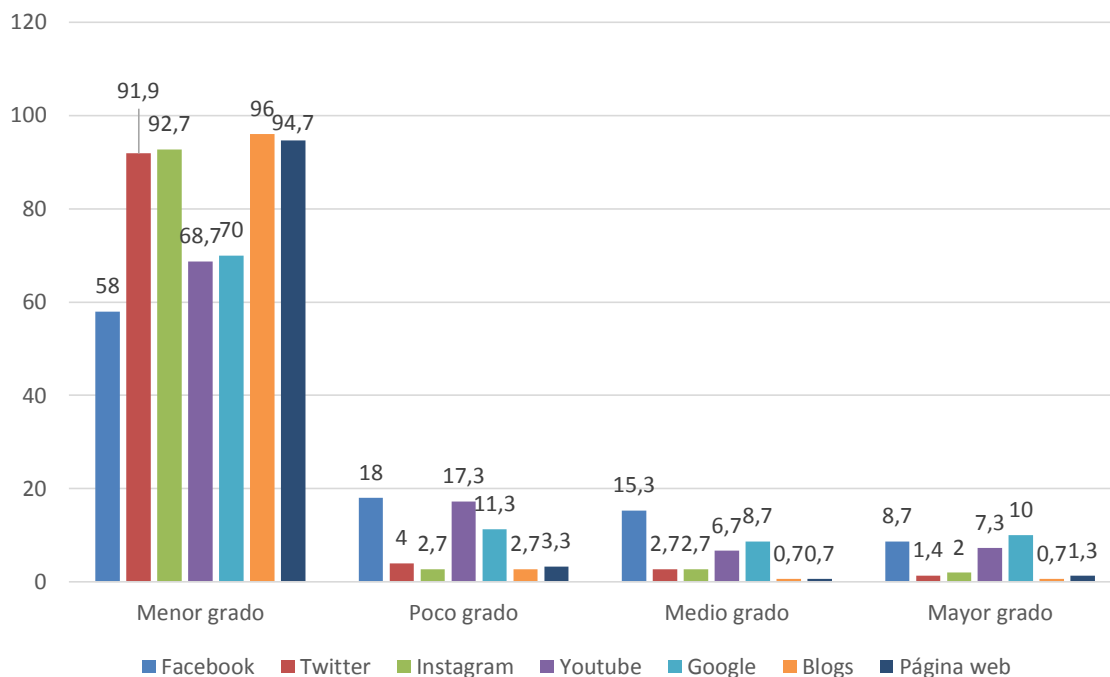
Figura 44

Nivel de conocimiento de páginas web



Básicamente una página Web es un documento disponible en Internet, que además posee un lenguaje determinado. Similar a otras herramientas los adultos mayores la conocen en menor grado, es decir 142 encuestados que representan el 94,7%. En cantidades muy inferiores el 5 (3,3%) adultos mayores que dicen conocer poco; 1 (0,7%) dice conocer medianamente; y 2 (1,3%) adultos señalan que conocen en mayor grado a las páginas Web.

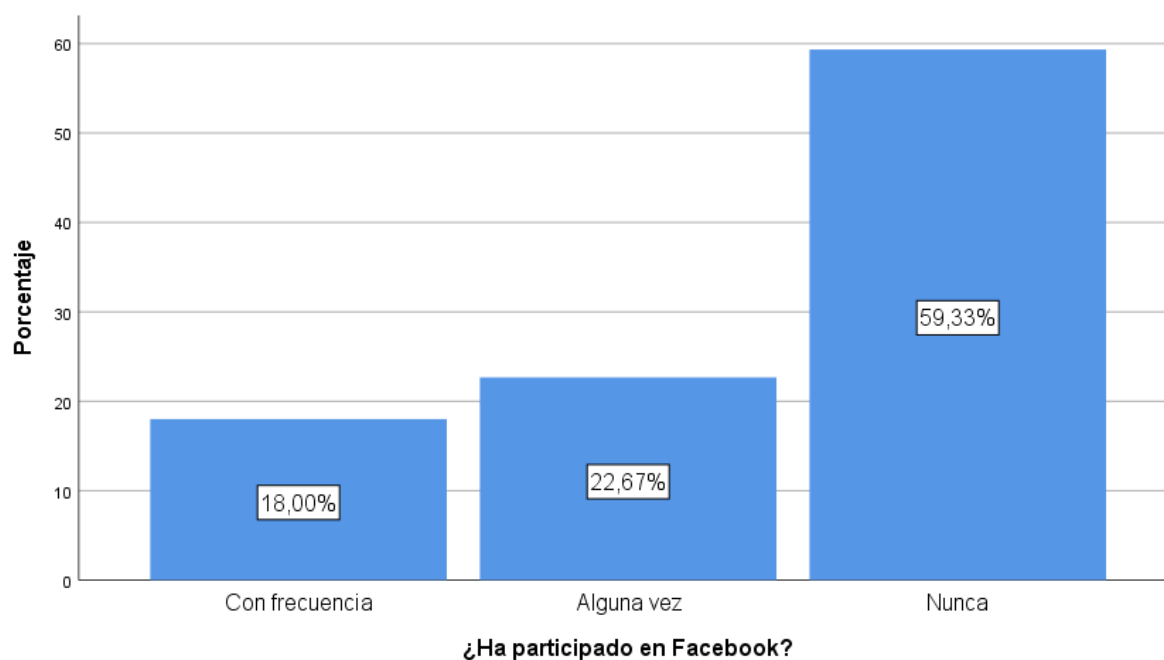
Las páginas Web, por lo general están compuestas de textos, imágenes y enlaces a otros sitios, así como animaciones, sonidos entre otros. Para acceder a estas, se llega a través de los navegadores de Internet, pero como se ha experimentado en esta investigación, no son de dominio de los adultos mayores, por consiguiente, las páginas Web, tampoco son los sitios más conocidos por este grupo generacional.

Figura 45*Consolidado de nivel de conocimientos en TIC*

Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 45, pero todos los valores presentados son porcentajes.

Aquí se evidencia que Facebook es la herramienta TIC más conocida en los adultos mayores, seguida del buscador Google y de Youtube.

Twitter, Instagram, Blogs y Páginas web no son términos muy conocidos para este grupo de edad.

Figura 46*Nivel de participación en Facebook*

A pesar de que Facebook es la Red social más popular en el medio, en la presente interrogante, se sigue evidenciando la apatía de los adultos mayores con las TIC. Este criterio se ratifica cuando 89 (59,3%) encuestados afirman que nunca participaron de Facebook. Mientras que 34 personas que representan el 22,7% sostienen que alguna vez participaron. Finalmente, 27 adultos mayores que simbolizan el 18%, responden que participan con frecuencia.

Siendo Facebook de los medios sociales más conocidos, en esta pregunta se nota una leve mejoría en los niveles participación en esta aplicación, eso significa que cada vez son más los adultos mayores que se integran al mundo de las tecnologías. Sin embargo, los niveles de acceso siguen siendo relativamente bajos, porque los contenidos que se generan en las redes sociales están destinados a otros grupos generacionales que finalmente se convierten en públicos objetivos por su nivel de participación.

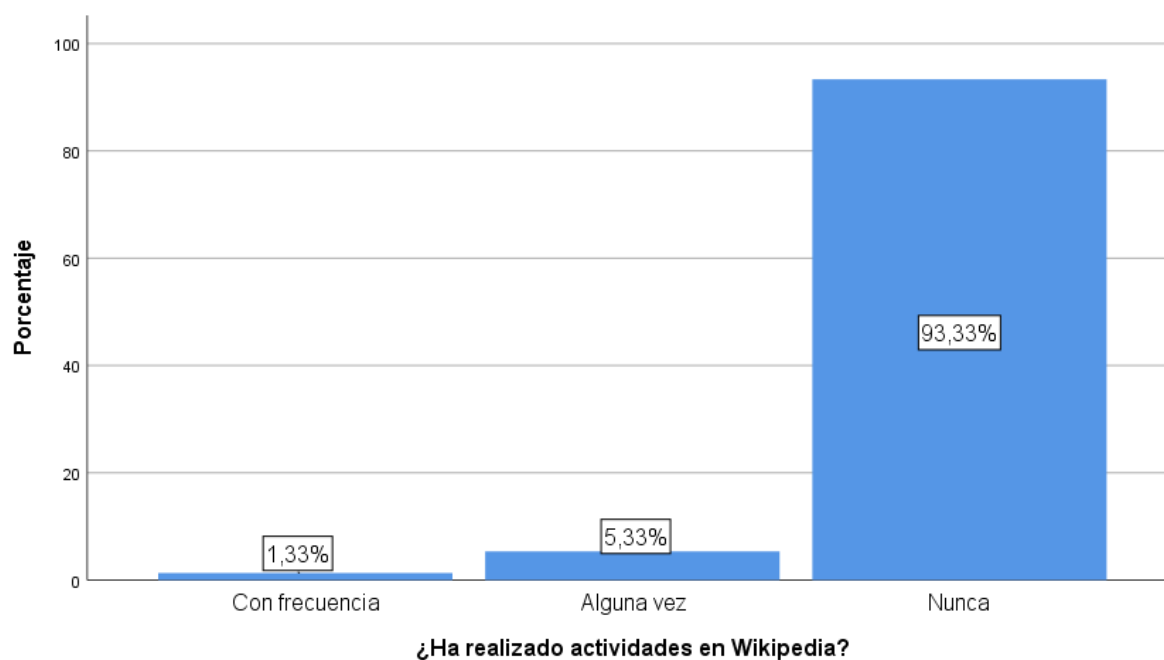
Figura 47*Nivel de participación en Youtube*

Los resultados obtenidos en esta pregunta simplemente ratifican una premisa anterior. Los ciudadanos no conocen YouTube, por lo tanto, no lo utilizan. 143 (95,3%) adultos mayores aseguran que nunca han realizado actividades en esta Red social; y únicamente 7 (4,7%) encuestados confirman haber realizado alguna acción.

En esta variable igualmente se refleja que la gran mayoría de los encuestados no son conscientes de las grandes potencialidades que permite Internet. Este fenómeno se presenta por desconocimiento, pues al no estar en contacto permanente con la tecnología tampoco dominará los soportes digitales y se limitará a utilidades básicas.

Figura 48

Nivel de participación en Wikipedia

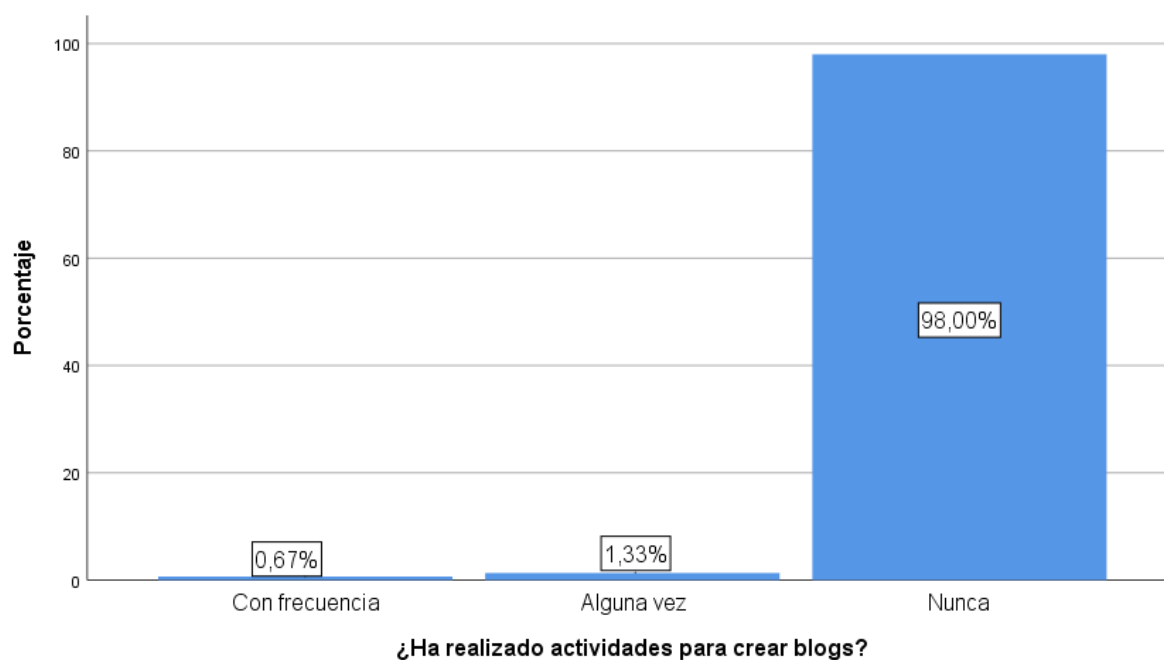


Wikipedia es considerada una enciclopedia libre y uno de los sitios más accesibles por otros grupos generacionales. Pero la gran mayoría de los encuestados que son 140 (93,3%) nunca han realizado actividades en ese sitio. Con una gran diferencia, 8 adultos que son el 5,3%, indican haber utilizado alguna vez, mientras que tan solo 2 personas que representan el 1,3%, afirman que utilizan con frecuencia Wikipedia.

Con estas referencias se puede afirmar que la apatía de los adultos mayores a las tecnologías es bastante significativa. Además, no cuentan con una persona que pueda guiar en la dirección y manejo de las diferentes herramientas digitales. Wikipedia es una página de acceso libre, muy común para otros grupos etarios. Posee millones de artículos referentes a varios acontecimientos en el mundo.

Figura 49

Nivel de participación en creación de blogs

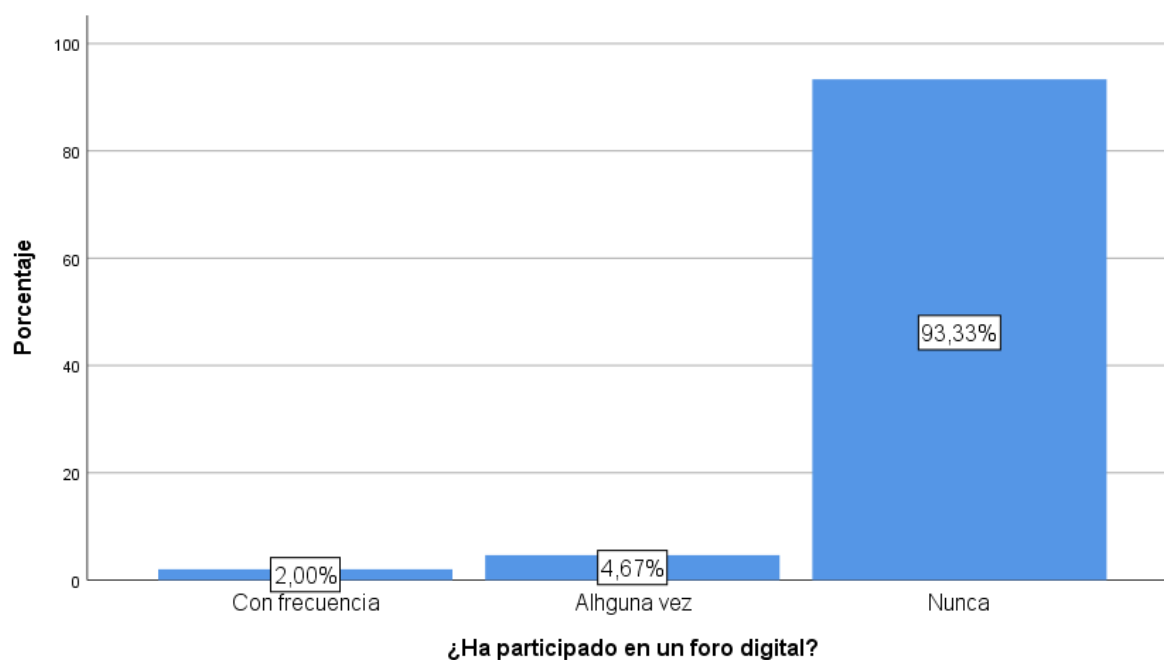


Es lógico que en esta interrogante continúe la tendencia, que refleja un distanciamiento de los adultos mayores con las actividades en base a la tecnología. Así 147 personas que representan el 98% de los encuestados nunca han intentado crear un blog. Las siguientes variables presentan cifras insignificantes con relación a la variable citada. 2 personas que significan el 1,3% mencionan que alguna vez intentaron crear un blog y sólo 1 individuo precisa que lo realiza con frecuencia.

Los blogs, permiten compartir y actualizar información. Esta actividad no es precisamente algo que les interese a los adultos mayores, que por lo general están lejos de las TIC y los pocos que utilizan Internet lo hacen a través de herramientas que les permita comunicarse con su entorno. En la actualidad los blogs ya no son instrumentos primordiales para compartir información, por ello tienden a ser aislados por todos los grupos etarios.

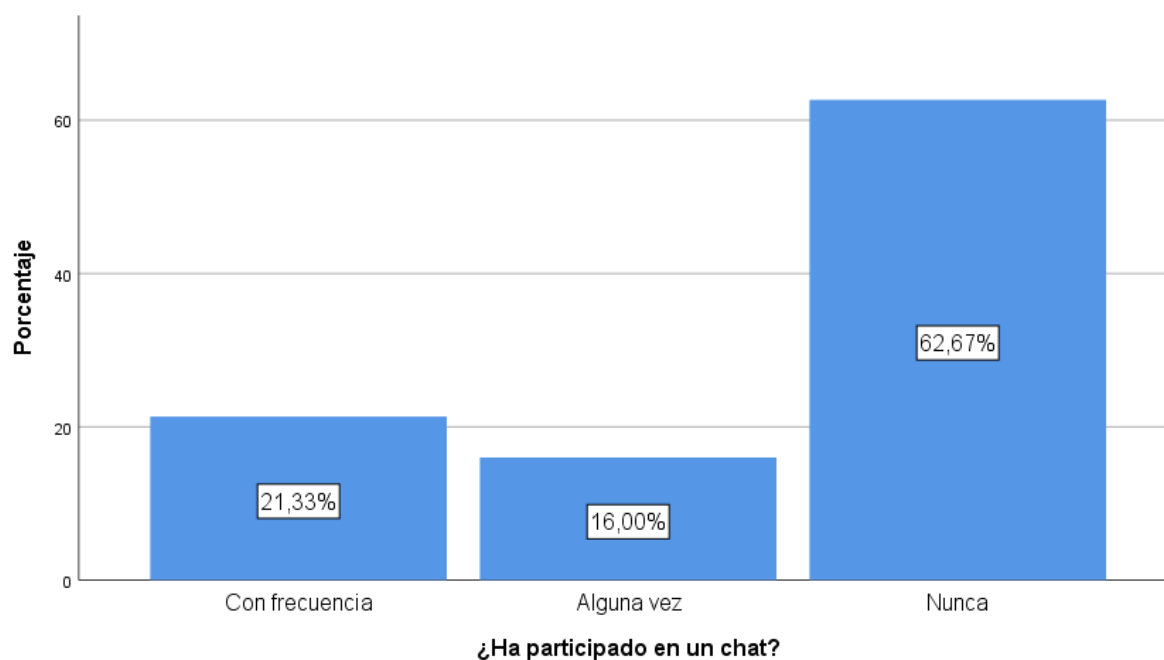
Figura 50

Nivel de participación en foros digitales



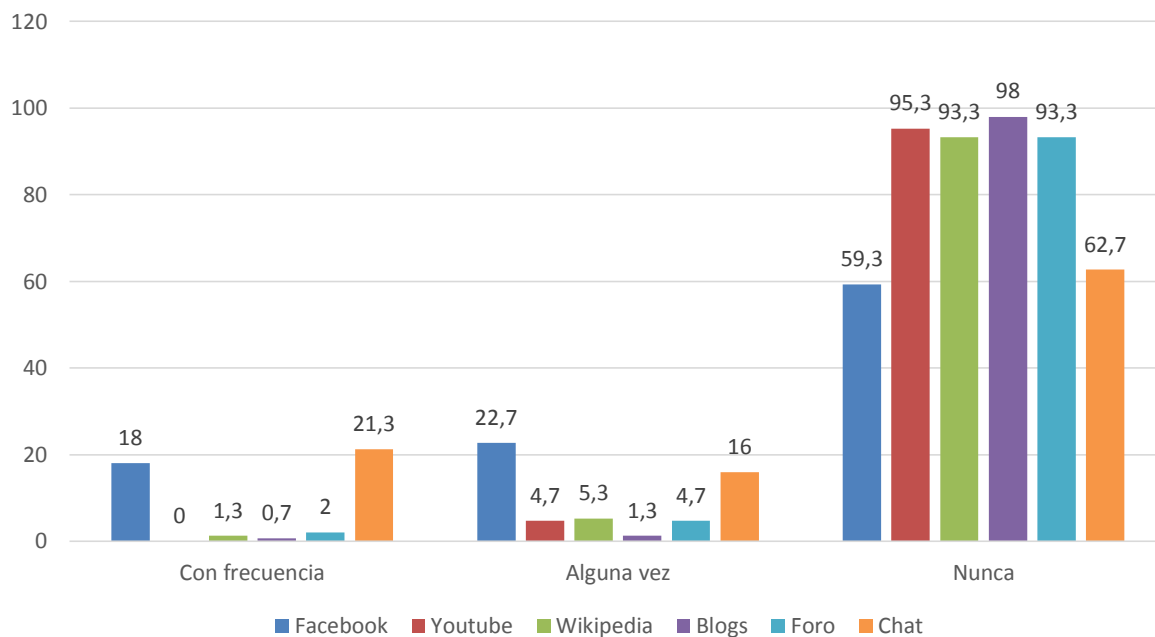
Un foro digital es un lugar en donde las personas pueden intercambiar ideas sobre un tema de interés común. En esta pregunta 140 personas que porcentualmente son el 93,3% afirman que nunca han participado de un foro digital. Mientras que 7 encuestados, que son el 4,7% señalan que alguna vez participaron. Finalmente 3 adultos (2%) manifiestan que lo realizan con frecuencia.

Los foros digitales son aquellos espacios en donde participan personas que por lo general se relacionan con el sistema educativo o pertenecen a organizaciones y comunidades virtuales. Actúan siempre con el propósito de intercambiar criterios sobre un determinado tema. No es precisamente un lugar que los adultos mayores consideren relevante, pues la gran mayoría desconoce su existencia.

Figura 51*Nivel de participación en chats*

Los resultados obtenidos en esta pregunta siguen obedeciendo a la tendencia, es decir los adultos mayores son mayormente apáticos a las tecnologías. Nunca participaron de un chat 94 (62,7%) adultos mayores. Con frecuencia participan en un chat, 32 (21,3%) personas; y alguna vez participaron 24 (16%) encuestados.

Los chats son herramientas que permiten desarrollar procesos educativos en tiempo real, pero los resultados afirman que, los adultos mayores no cuentan con el conocimiento necesario sobre la utilización competente de las TIC, y no existen procesos de inclusión que les permita tener una visión clara del Internet y sus bondades.

Figura 52*Consolidado de nivel de participación en TIC*

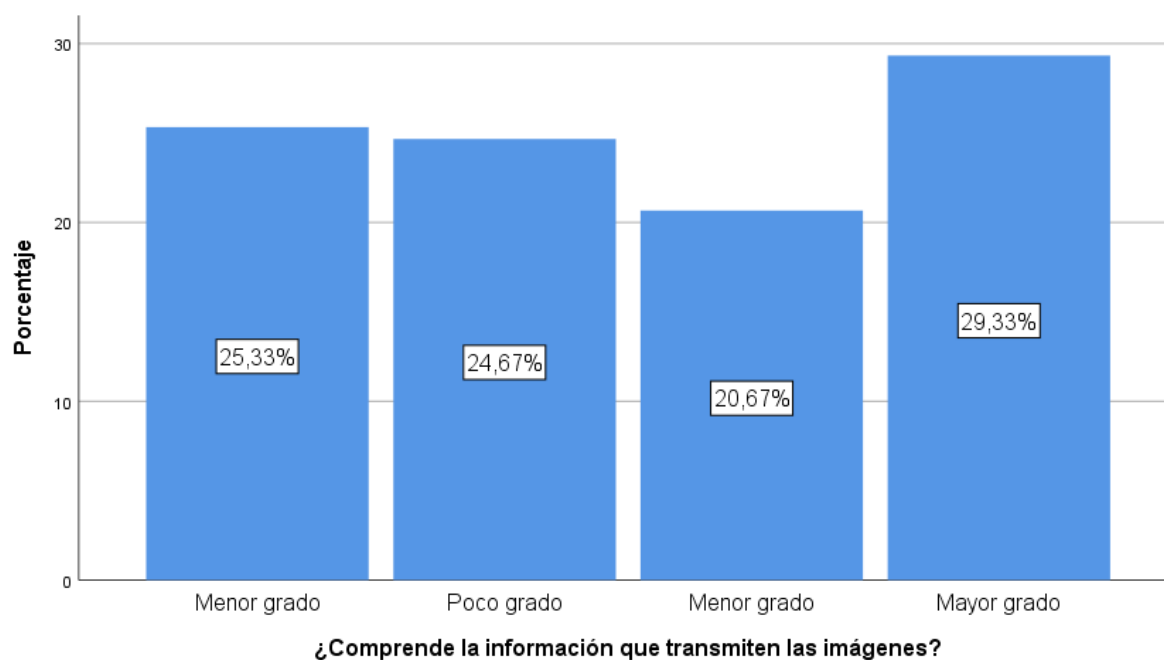
Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 52, pero todos los valores presentados son porcentajes.

En su mayoría, los adultos mayores no participan dentro de las TIC creando, hablando o actuando dentro de ellas, sólo aquellos dentro de Facebook suelen usar esta red social y chats para comunicarse, pero hasta ahí llega su participación.

Los adultos mayores son un grupo que posee experiencia y conocimiento útil para las nuevas generaciones; el poder compartirlo enriquece su valía y autoestima y al mismo tiempo funciona como contenido de valor para los más jóvenes.

Figura 53

Comprensión de información en imágenes

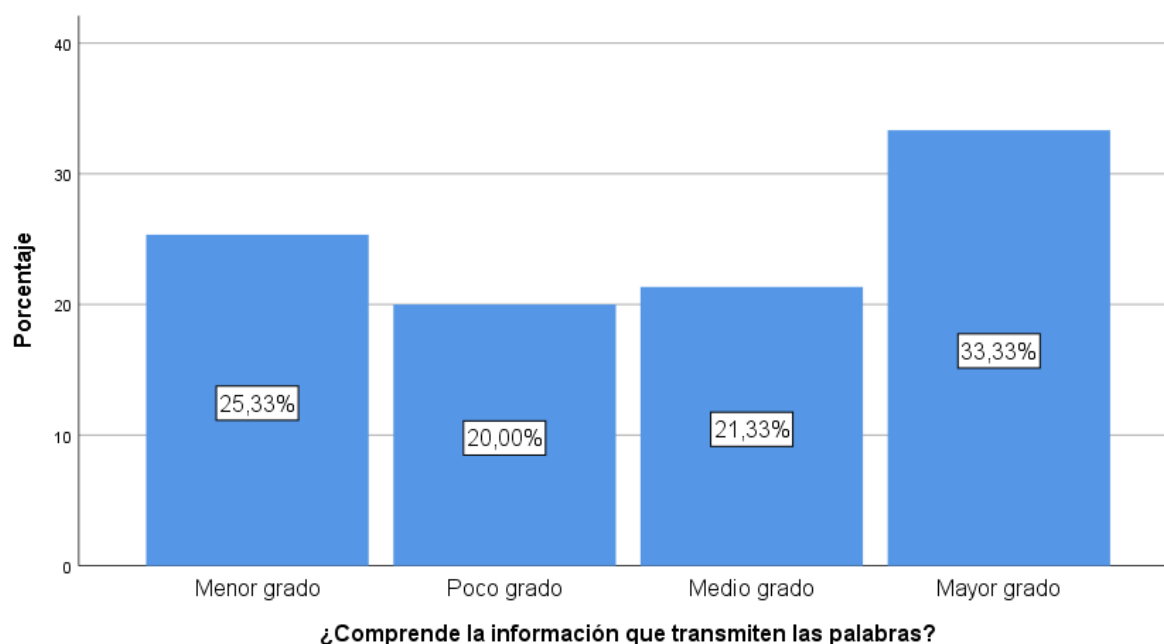


Un total de 44 (29,3%) adultos mayores, señalan que comprenden la información que transmiten las imágenes en mayor grado. 38 (25,3%) indican que comprenden en menor grado. Así también, 37 (24,7%) encuestados precisan que comprender en poco grado. Y 31 (20,7%) personas insinúan tener una comprensión media.

Por lo general las imágenes tienen gran poder para transmitir información. Los adultos mayores comprenden de mejor manera el contenido de una imagen, prefieren a los gráficos antes que los textos. Esta puede ser una de las causas por qué este grupo generacional prefiere a un medio tradicional como la televisión, ya que la comprende y la siente familiar, aunque los niveles de comprensión pueden variar según la propia autoevaluación de los encuestados, tal como se muestra en la tabla anterior.

Figura 54

Comprensión de información a través de palabras

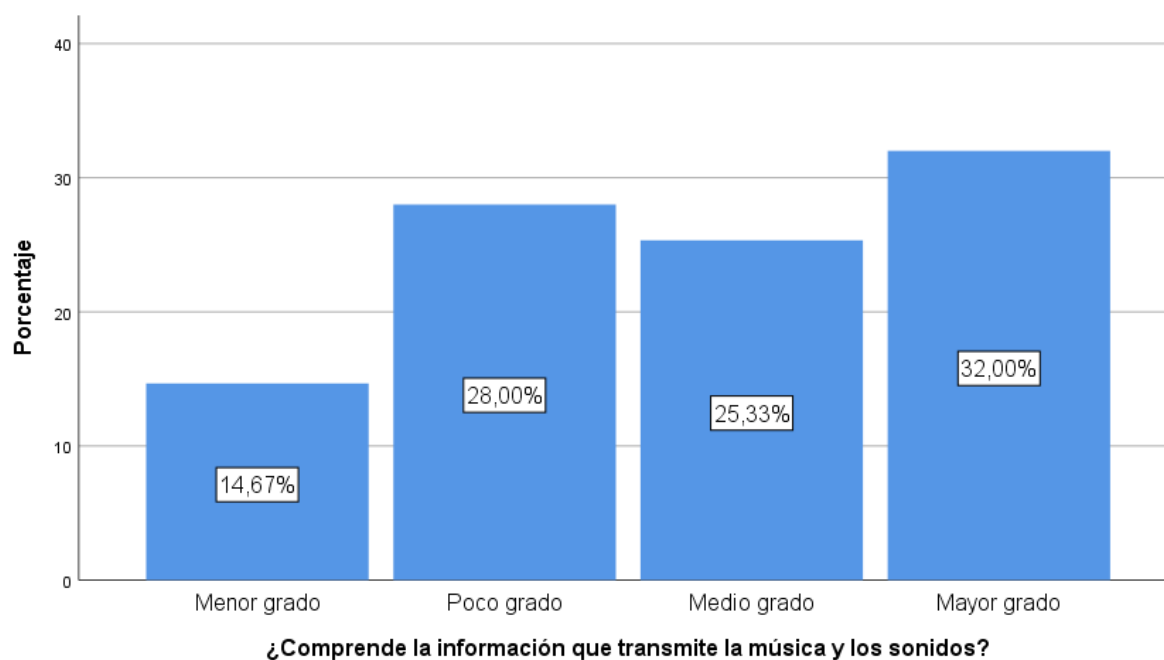


Sobre la información que se transmite a través de las palabras, se percibe un representativo grado de comprensión por parte de los adultos mayores, no obstante, en diferentes niveles. 50 (33,3%) personas dicen tener mayor grado; 38 (25,3%) adultos sostienen tener un grado inferior; 32 (21,3%) encuestados precisan comprender medianamente; y 30 (20%) manifiestan distinguir en poco grado.

La mayoría de los adultos mayores identifica al lenguaje escrito. Entienden sin mayor complicación los textos, aunque al momento de autoevaluarse se ubiquen en niveles distintos. También se debe plantear que la comprensión de palabras se genera a partir de los textos y contenidos que vayan a ser recibidos, y por supuesto de los elementos adicionales que permitan un mayor entendimiento.

Figura 55

Comprensión de información a través de música y sonidos

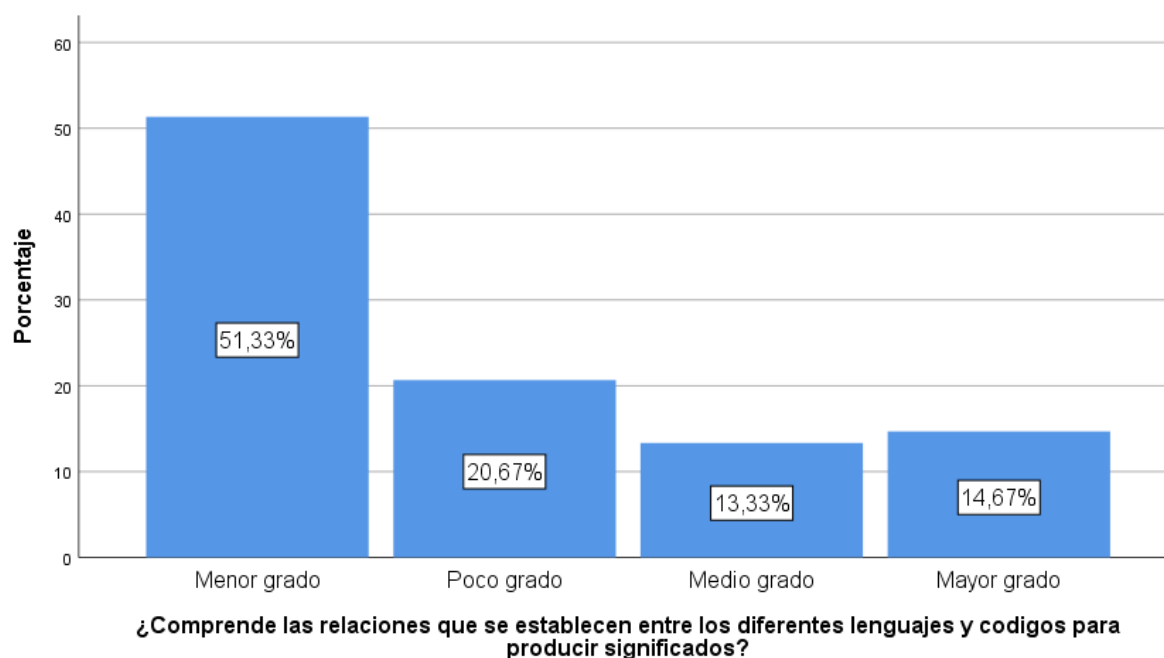


Sobre la comprensión de la información que transmite la música y los sonidos, los niveles son similares a lo sucedido con las palabras. 48 (32%) adultos mayores indican que tienen mayor grado de comprensión; 42 personas (28%) dicen que intuyen poco; 38 (25,3%) sostienen que comprenden medianamente; y 22 (14,7%), afirman que comprenden en mejor grado la información que transmite la música y los sonidos.

La música y los sonidos transmiten mensajes con más fuerza y de una forma más dinámica. Para los procesos de inclusión de los adultos mayores en el uso competente de las TIC, estos instrumentos deben utilizarse como un motivador de aprendizaje, pero siempre buscando que este grupo etario se identifique con lo que escucha, por ello será importante considerar el aspecto psicológico y cultural.

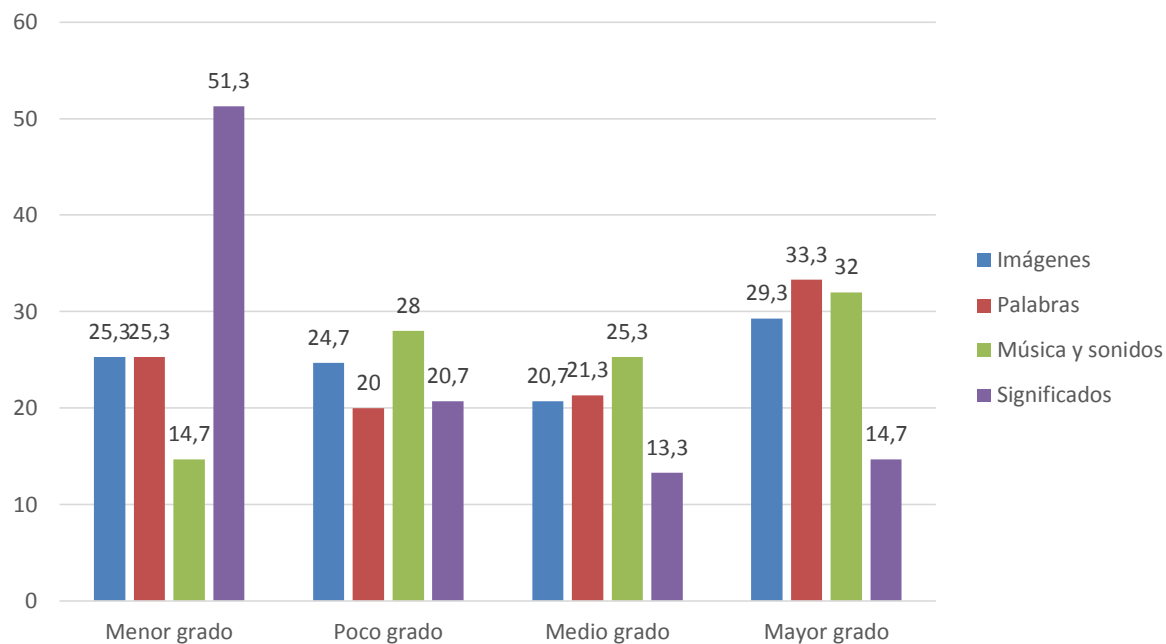
Figura 56

Comprensión de información a través de lenguajes y códigos



En lo corresponde a las relaciones entre los lenguajes y códigos para producir significados se ha recuperado los siguientes resultados. La mayoría de los adultos mayores que son 77 y corresponden al 51,3% mencionan que comprenden en menor grado. Seguidamente, 31 encuestados (20,7%) aseveran intuir en poco grado. Después, 22 adultos (14,7%) alegan comprender en mayor grado. Finalmente 20 (13,3%) dicen comprender medianamente.

En esta interrogante nuevamente los adultos mayores presentan varias dificultades para localizar las conexiones entre los lenguajes y códigos. No son términos muy familiares y esto ha complicado la extracción de la información. Hay que tener precaución al momento de interpretar los resultados ya que puede existir una tergiversación de los mensajes.

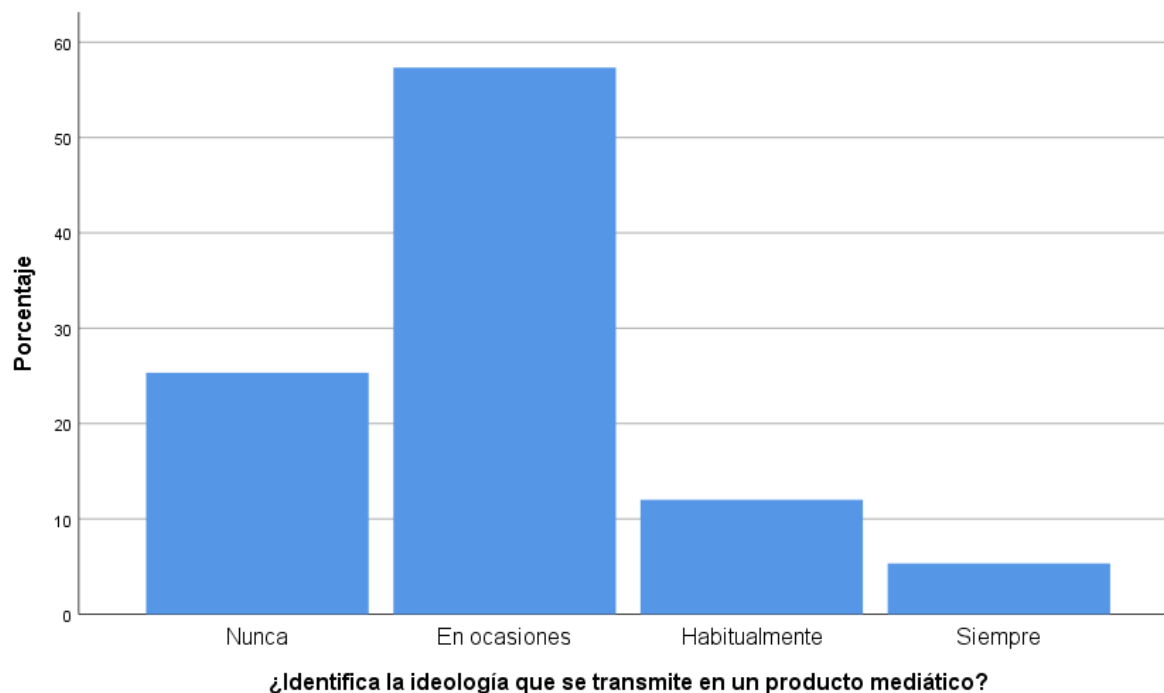
Figura 57*Consolidado de comprensión de información*

Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 57, pero todos los valores presentados son porcentajes.

El formato más sencillo de entender para los adultos mayores son las palabras, seguidos por la música y los sonidos, las imágenes y finalmente los significados, de los cuales ya se ha señalado sus limitaciones en el apartado anterior.

Figura 58

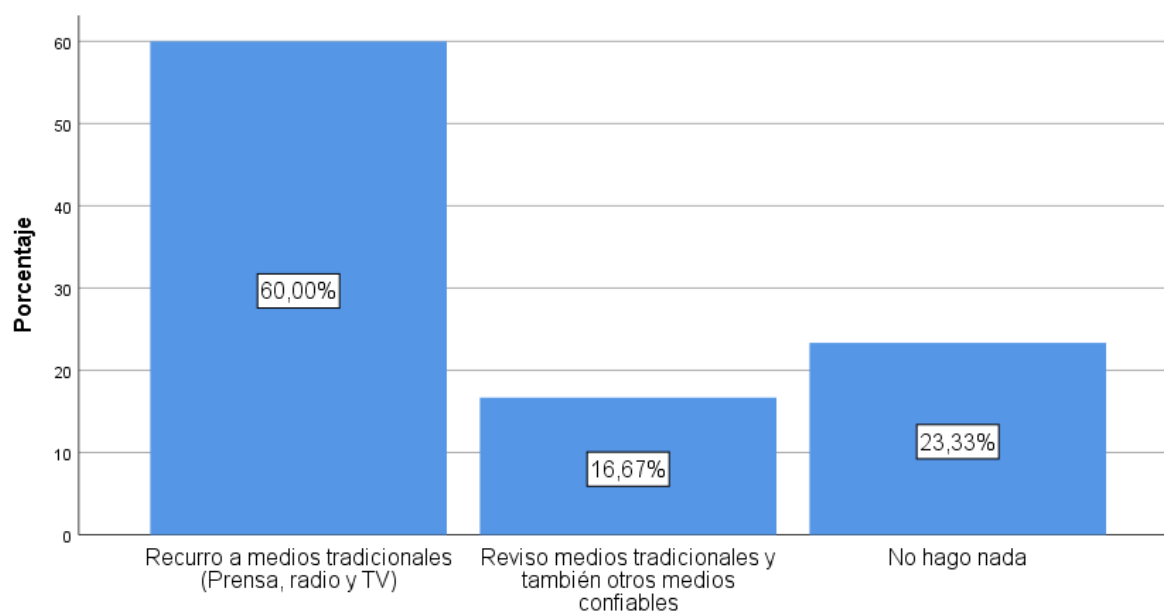
Capacidad de identificación de ideología de productos mediáticos



En esta pregunta existen marcadas diferencias entre las variables. Así se tiene que 86 encuestados (57,3%) dicen identificar la idea que se transmite en un producto mediático; 38 (25,3%) exponen que nunca identifican; 18 (12%) que lo hacen habitualmente; y sólo 8 precisan que siempre.

Con esto se puede definir que los adultos en su gran mayoría identifican la ideología de los contenidos que reciben a través de los diferentes medios de comunicación. Ahora es necesario profundizar en los conocimientos para que los niveles puedan mejorar y eso se puede lograr con procesos educativos que permitan a la población en estudio agrupar sus propias ideas e incluso poderlas reproducir.

Para este gráfico y los dos siguientes (59 y 60), no se realizará el análisis por sexo y edad debido a que los resultados no difieren de gráfico general.

Figura 59*Capacidad de creación de opinión*

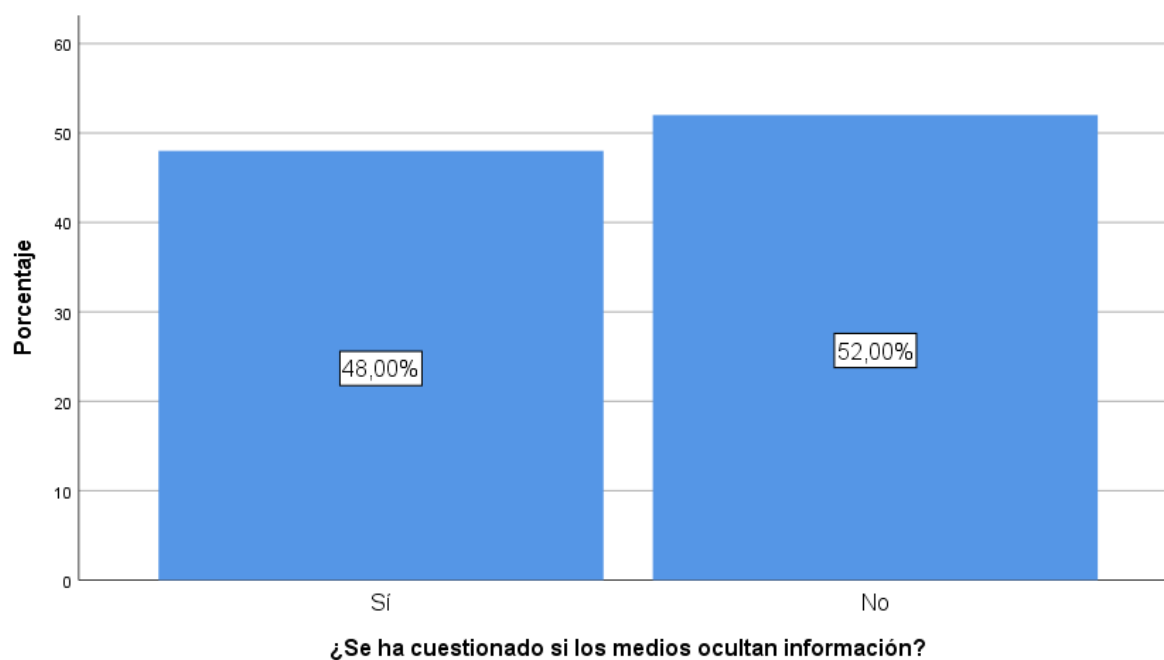
¿Cómo crea su propia opinión de las noticias o acontecimientos?

Según los datos obtenidos en la presente investigación, los adultos mayores para crear su propia opinión de las noticias o acontecimientos, en su gran mayoría recurren a los medios tradicionales, como lo demuestran 90 encuestados que representan el 60%. 35 (23,3%) de ellos no hace nada. Y 25 (16,7%) adultos mayores revisa medios tradicionales y otros medios que considera confiables.

Con estos resultados se comprueba que los medios tradicionales (Prensa, Radio y TV) siguen siendo los más cercanos a los adultos mayores. Basado en los resultados de esta investigación y el sustento teórico correspondiente, se puede afirmar que los instrumentos tecnológicos y las plataformas digitales que generan contenidos informativos no han logrado consolidarse, y esto se genera por la presencia de la denominada brecha digital, que esencialmente significa no tener contacto ni disponibilidad de TIC.

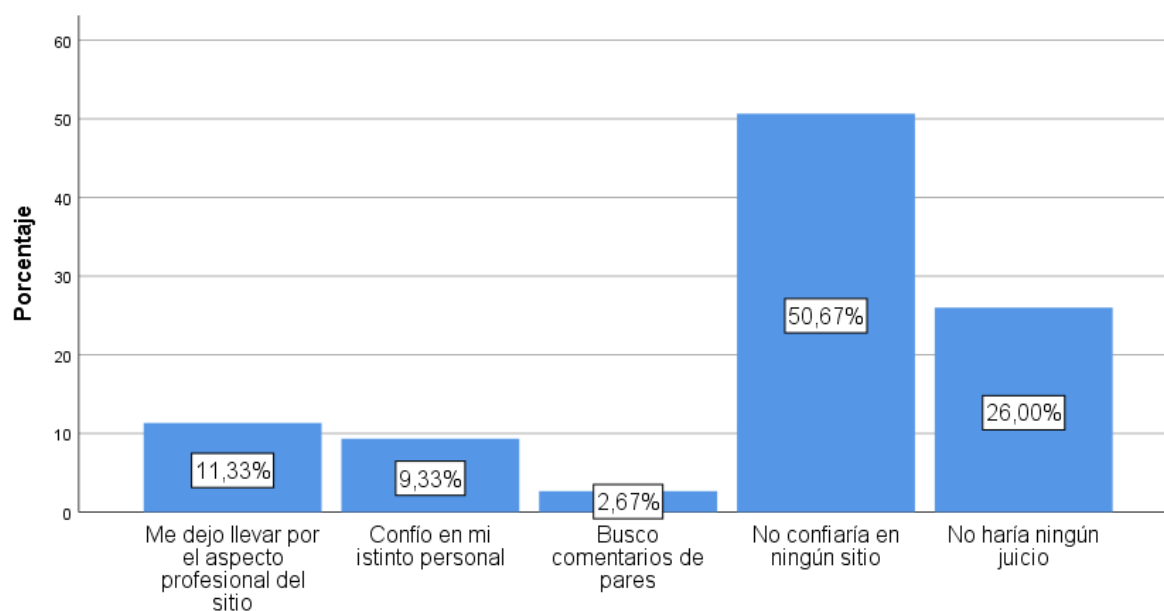
Figura 60

Nivel de cuestionamiento de la información



Sobre los cuestionamientos de la veracidad y mutilación de la información, en esta interrogante se tiene variables relativamente equilibradas. Quienes no se preocupan o cuestionan la veracidad de la información que les entregan los medios de comunicación, son 78 encuestados que representan el 52%. Mientras, quienes si les preocupa la veracidad de la información que perciben, son 72 adultos mayores que corresponden al 48%.

Con el desarrollo tecnológico y la fluidez de la información, las noticias abundan y los informantes también. Por ello en la actualidad resulta un lujo tener información veraz al alcance. Entonces, que necesario e imprescindible es establecer procesos educativos para poder elevar los niveles de competencia de los adultos mayores, y así poder combatir las noticias falsas y el ocultamiento de información.

Figura 61*Precauciones en internet.*

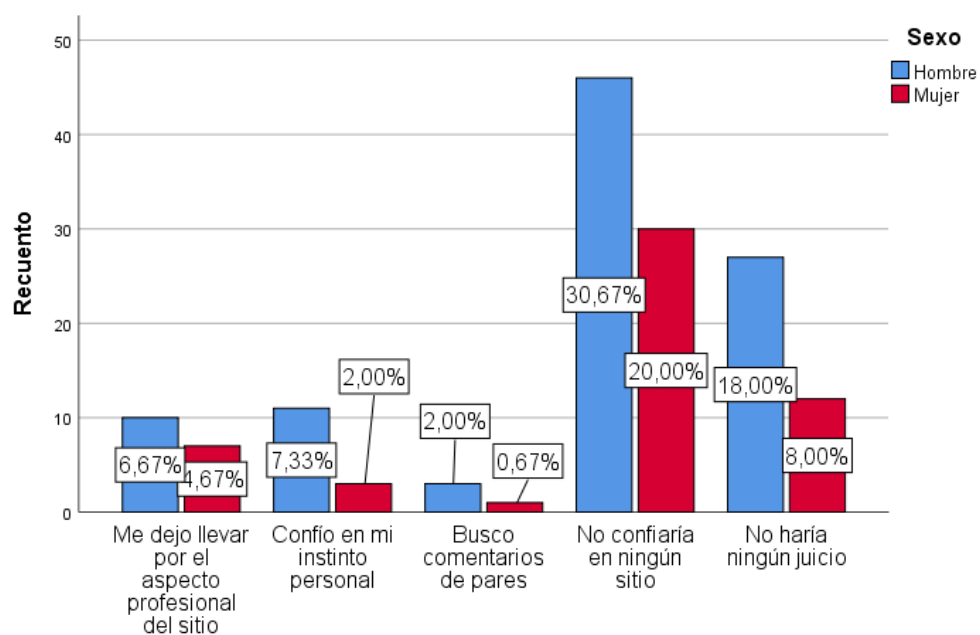
Para ingresar sus datos en Internet. ¿Qué precauciones toma?

Sobre las precauciones que tienen los adultos mayores para ingresar a Internet, 76 de ellos (50,7%) respondieron que no confían en ningún sitio. 39 (26%) señalan que no harían ningún juicio. 17 (11,3%) indican que se dejan llevar por el aspecto profesional. 14 (9,3%) precisan que se dejan llevar por su instinto. Finalmente 4 (2,7) afirman que buscan comentarios de pares.

En este cuadro nuevamente se evidencia el desconocimiento y poco interés que tienen los adultos mayores sobre Internet. Cuando este grupo generacional recibe información a través de la Red, por lo general no realiza evolución alguna por la falta de cercanía que tiene con las tecnologías. Aquí nuevamente se ratifica que los medios tradicionales (Prensa, Radio y TV) son los preferidos por este conglomerado.

Figura 62

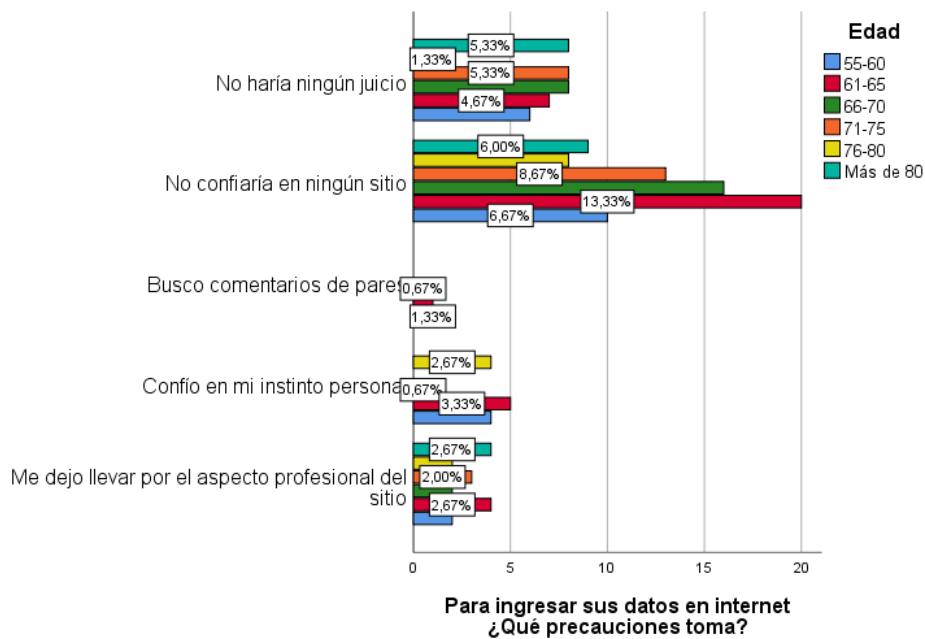
Precauciones en Internet según sexo



Para ingresar sus datos en Internet. ¿Qué precauciones toma?

Un alto porcentaje de hombres y mujeres no sienten confianza en internet, sin embargo, casi el 70% de hombres y el 80% de mujeres van desde confiar en el aspecto, su instinto personal y no hacer ningún juicio.

Estas conductas no serían problemáticas si no fuera porque no tienen todas las habilidades críticas y técnicas para usar Internet de manera segura.

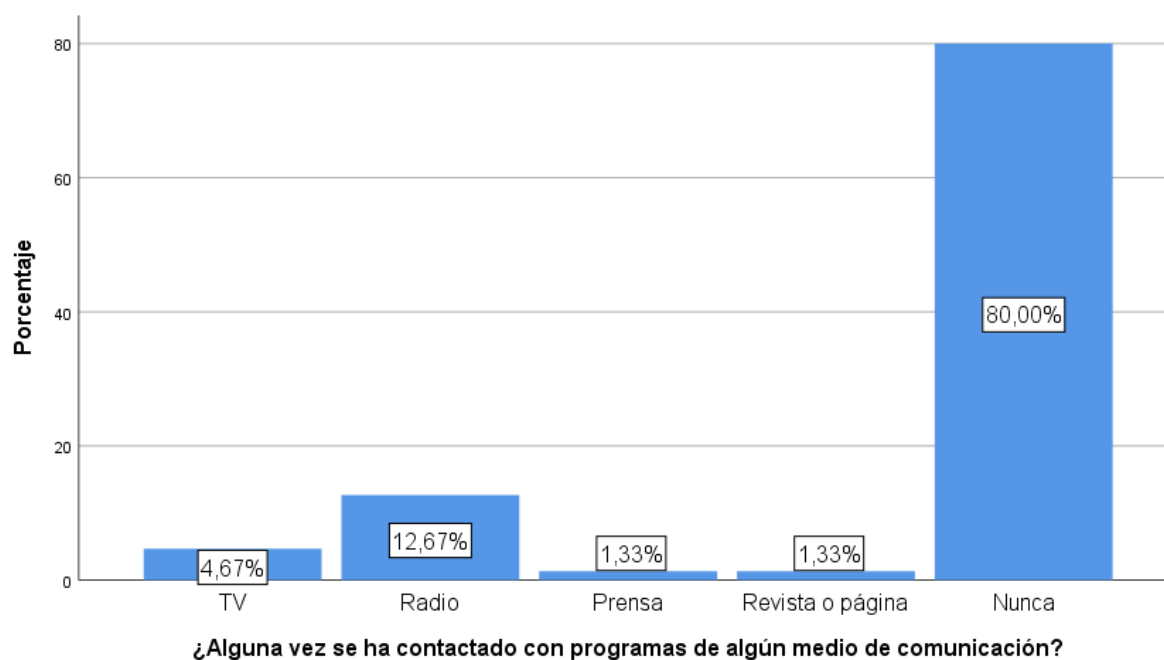
Figura 63*Precauciones en internet según edad*

Respecto a la edad, los adultos más desconfiados son aquellos entre 61 a 65 años, y aquellos más confiados son los de 76 a más de 80 años.

Como se lo mencionó anteriormente en el gráfico 14, conforme la edad aumenta, las competencias mediáticas son menores, por lo que el hecho de que estos dos grupos sean los más confiados constituye un problema que en el peor de los casos podría ponerlos en peligro.

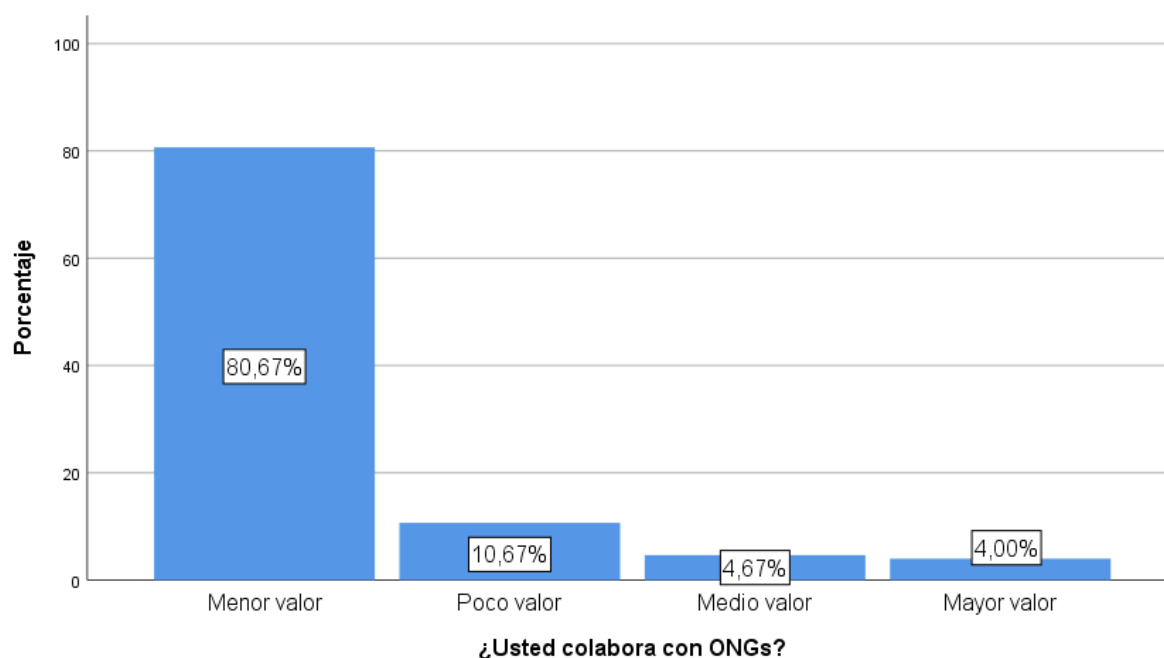
Figura 64

Contacto con medios de comunicación



Esta interrogante deja claro que los adultos en su gran mayoría nunca se han contactado con un medio de comunicación. Esto se ratifica con la respuesta de 120 personas que corresponden al 80% de los encuestados. Las personas que indican que se han comunicado con la Radio son 19 (12,7%). Mientras que los encuestados que se han comunicado con la Televisión suman 7 que corresponden al 4,7%. Finalmente, quienes han tenido contacto con la Prensa, son 2 (1,3). Igual cantidad (2-1,3%) se han contactado alguna vez con una revista.

La gran mayoría de los encuestados denota un gran desconocimiento del manejo y funcionamiento de los medios, por más que estén presentes desde hace mucho tiempo casi nunca ha existido cercanía con los operadores de la comunicación. Con resultados mínimos, se puede indicar que en determinado momento los adultos mayores han experimentado contactos con los medios de comunicación, sobre todo con los tradicionales.

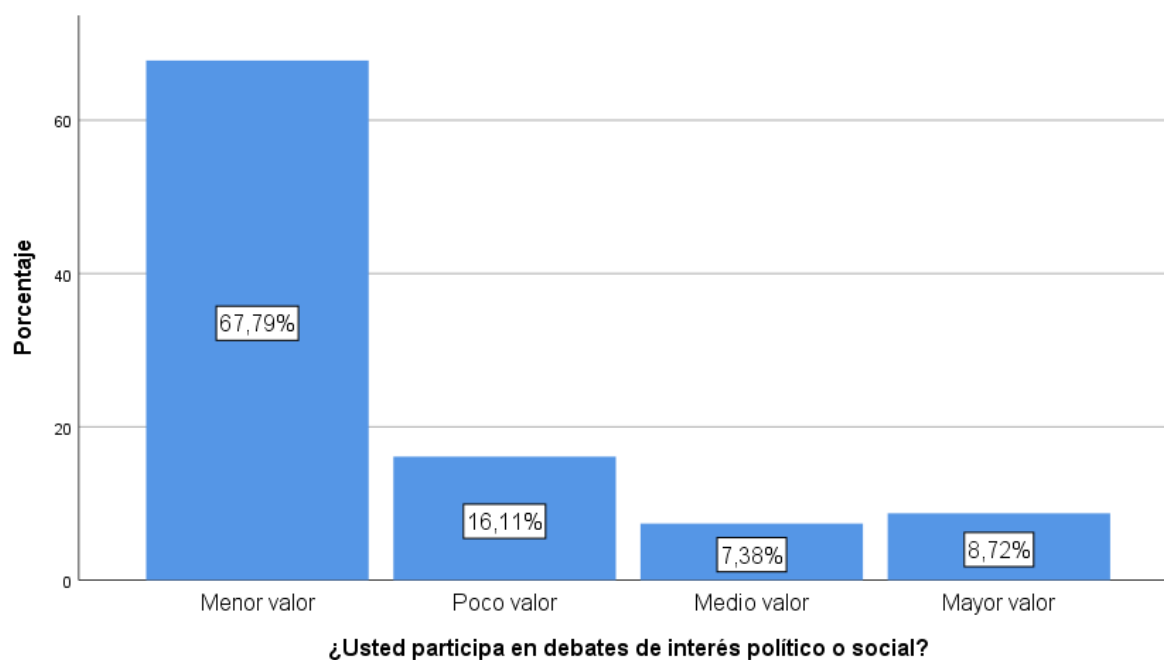
Figura 65*Nivel de colaboración con ONGs*

La gran mayoría de los adultos mayores desconocen de la presencia de las ONG. Por ello se tiene 121(80%) encuestados que indican colaborar en menor grado con estas organizaciones. Después 16 (10%) adultos que mencionan colaborar poco. 7 (4,7%) afirman colaborar medianamente. Y tan sólo 6 (4%) dicen contribuir mayormente.

A lo largo de este estudio se ha venido sosteniendo que las ONG son fundamentales a la hora de establecer procesos de alfabetización en los adultos mayores, sin embargo, en esta parte de la provincia su presencia no es tan notoria, tal y como se reflejan en los resultados de la encuesta. Por ellos en estos tiempos se hace imperativo asumir responsabilidades al momento de generar procesos de inclusión a través de las tecnologías, es decir, se debe incorporar varios actores.

Figura 66

Nivel de participación en debates de interés político o social

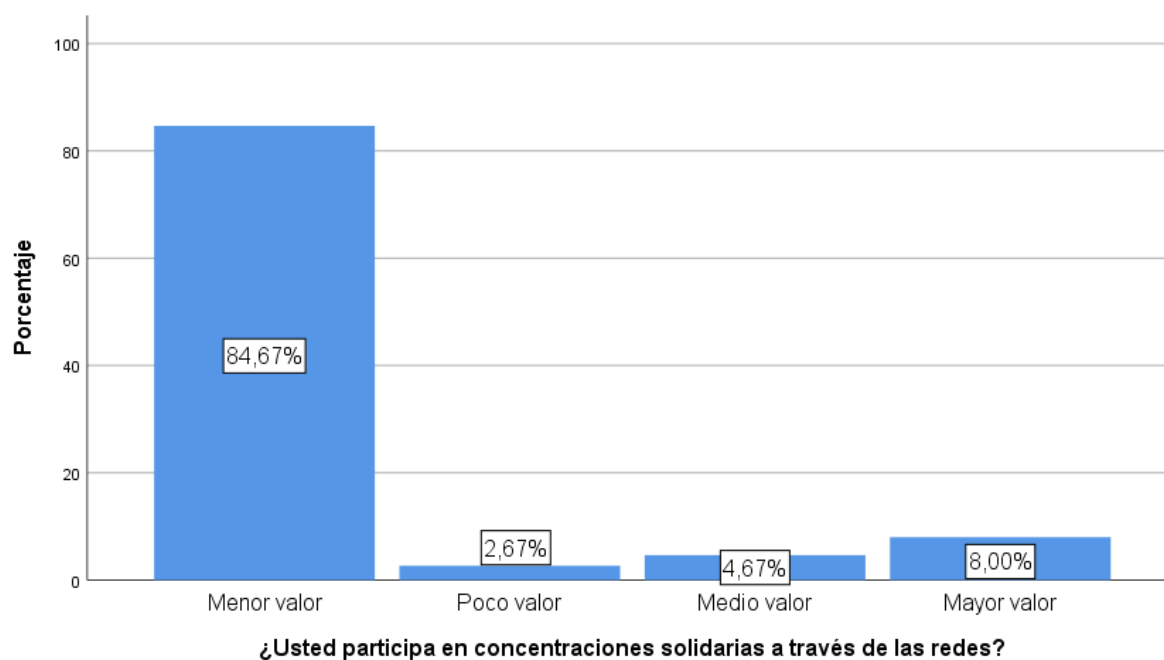


A los adultos mayores en su gran mayoría tampoco les apasiona el debate político o social. Así lo ratifican el 67,3% que corresponde a 101 encuestados, quienes mencionan que participan en menor grado. 24 (16%) encuestados, precisan darle poco valor al debate político o social. 13 (8,7%) sostienen darle mayor valor; y 11 (7,3%) personas mencionan que le dan un valor mediano.

Es importante también elevar el debate político. Se necesita fortalecer las políticas públicas en beneficio de los adultos mayores. Los procesos de inclusión son necesarios para mejorar la calidad de vida de la gente y más aún de este grupo considerado vulnerable. La educación es un derecho y con esa premisa se debe debatir la generación de procesos de inclusión a través del uso competente de las TIC.

Figura 67

Nivel de participación en concentraciones solidarias en redes

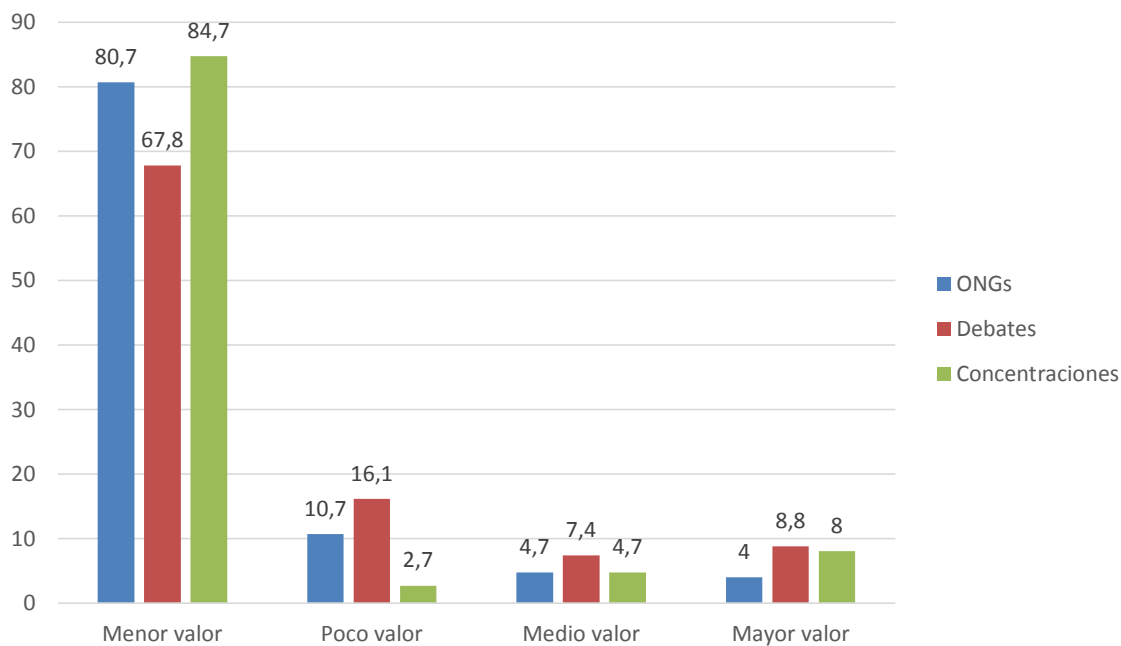


En lo que respecta a las concentraciones solidarias a través de redes sociales, los adultos con amplia mayoría le dan un menor valor, esto es lo que afirman 127 encuestados que corresponden al 84%. Muy distante a esta cifra 12 (8%) personas indican que le dan mayor valor. 7 (4,7%) encuestados sostienen que estas actividades tienen valor medio, y sólo 4 (2,7%) adultos sostiene que le dan poco valor.

Con mucha apatía y con niveles bajos de participación, resulta lógico que los adultos mayores les den poca apertura a las actividades solidarias en redes sociales, no porque el espíritu de colaboración esté ausente, sino más bien por la gran apatía y desconocimiento en la utilización de estas herramientas, tan importantes en la actualidad, sobre todo para fortalecer la participación social.

Figura 68

Consolidado de nivel de participación política y social en Redes Sociales

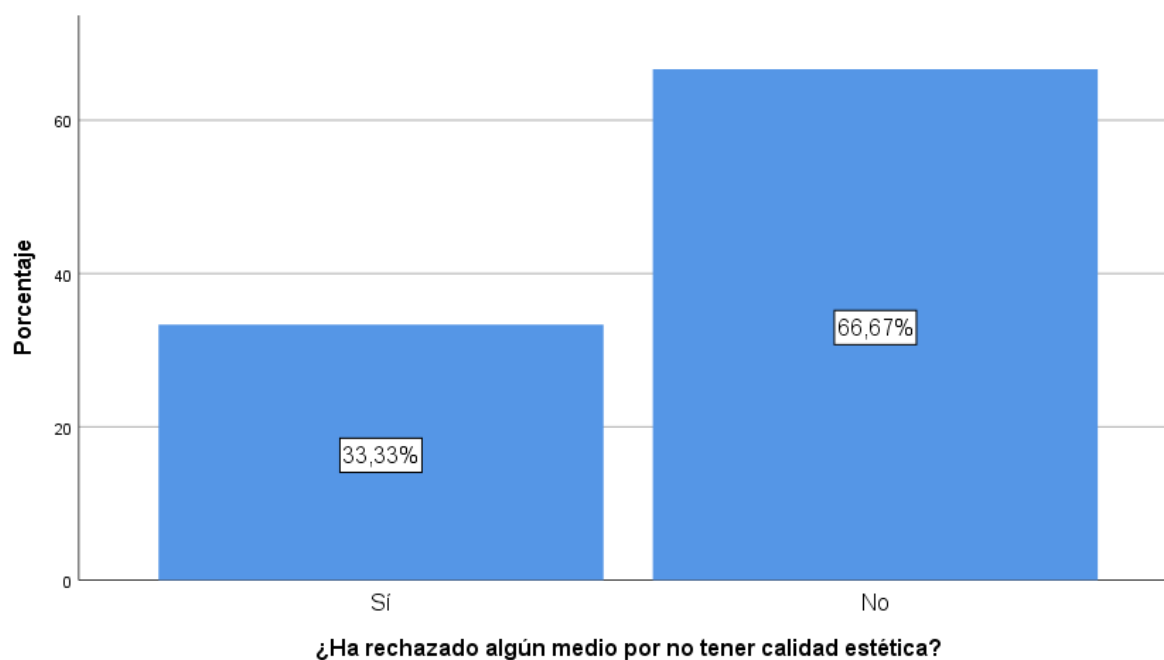


Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 68, pero todos los valores presentados son porcentajes.

Los adultos mayores prefieren mantener un bajo perfil político dentro de las redes sociales, sin embargo, los pocos que sí se interesan en participar dan más valor a los debates y las ONGs que a las concentraciones que se realizan dentro de ellas.

Figura 69

Nivel de rechazo por falta de calidad estética

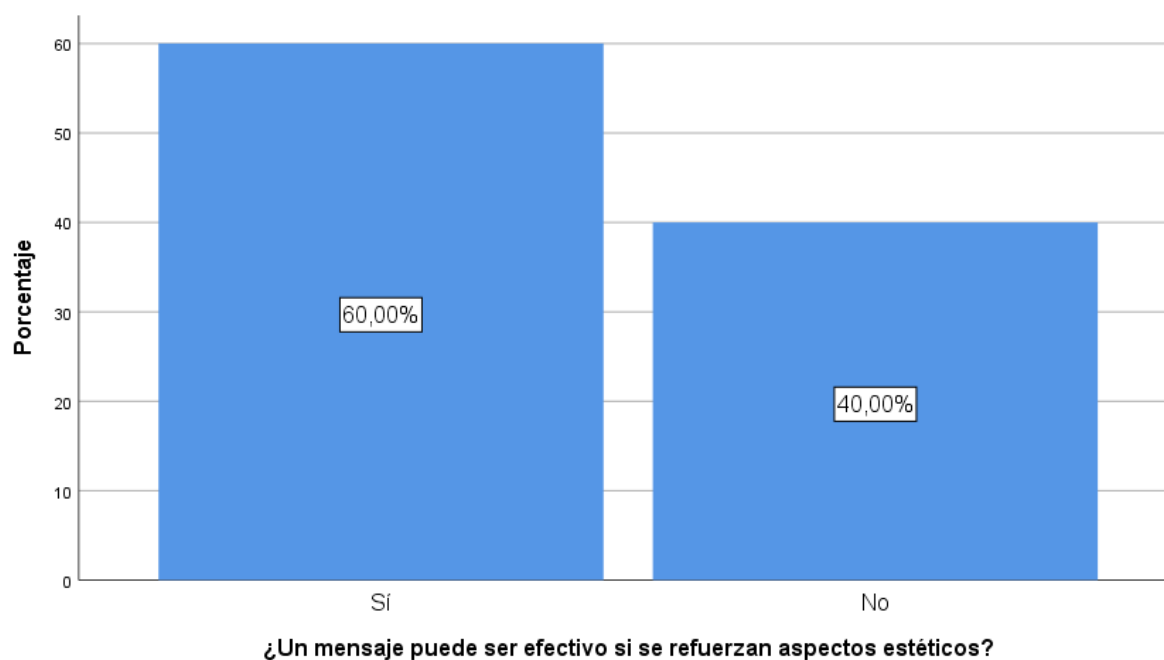


Para los adultos no es tan relevante el aspecto estético, según los datos 100 encuestados, que corresponden al 66,7% afirman que no han rechazado a ningún medio de comunicación por su presentación. Mientras que 50 (33,3%) adultos afirman que en determinadas circunstancias si rechazaron a un medio por su calidad estética.

Estas cifras son muy importantes, porque hasta cierto punto los niveles de análisis de los productos que reciben son analizados. Aquí hay un importante sector de la población que ya revisa los productos si son aptos o no para consumirlos.

Figura 70

Nivel de efectividad de la calidad estética.

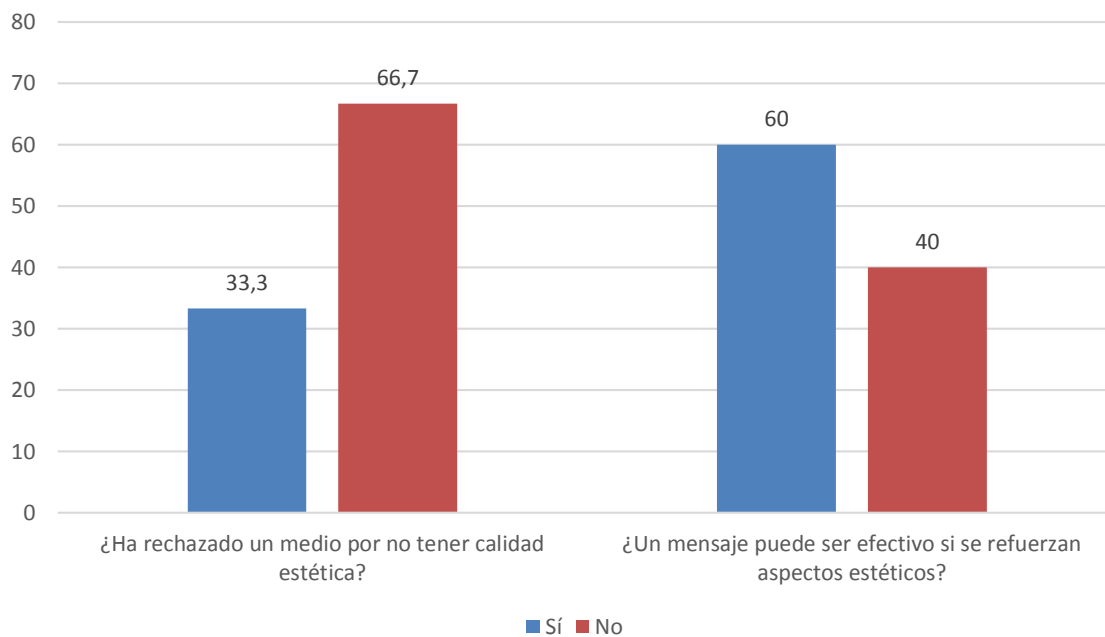


Aquí en cambio los adultos con una ligera mayoría consideran que la presentación y estética de un producto comunicacional si puede mejorar su receptividad. Esto se comprueba cuando responden de manera afirmativa 90 adultos mayores que corresponden al 60% de los encuestados. En tanto que 60 personas que significan 40%, manifiestan que los aspectos estéticos en nada refuerzan los mensajes.

Con esto los adultos mayores demuestran que la estética les llama la atención, y que en determinado momento pueden ser atraídos por la forma en que se presenta la información, que hasta determinando punto podría facilitarles su comprensión.

Figura 71

Consolidado del nivel de efectividad de la calidad estética



Por facilidad de vista se ha omitido el uso del signo (%) en la figura 71, pero todos los valores presentados son porcentajes.

Los adultos mayores no tienen mayores problemas al aceptar un medio con una calidad estética baja, sin embargo, sí consideran que el mensaje se fortalece si está bien presentado.

10.2 Entrevistas a expertos

Para esta investigación se propuso no sólo una aproximación cuantitativa sino cualitativa, obtenida a través de un focus group (cuyos hallazgos fueron incluidos en los análisis del apartado anterior) y de entrevistas a expertos.

Los expertos consultados para la elaboración de este proyecto fueron Romero-Rodríguez Luis M., docente investigador de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid – España, Ferrés Joan, docente de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona – España, y Lazo Carmen, docente de la universidad de Zaragoza - España.

El formato para presentar los datos seguirá la estructura de:

- Pregunta.
- Explicación de la pregunta.
- Respuesta de expertos.
- Aporte del autor.

Tabla 5

¿Qué implica las competencias digitales? Concepto y definición.

Pregunta	1. ¿Qué implica las competencias digitales? Concepto y definición.
Explicación	<p>Existen varias investigaciones que han desarrollado conceptos de alfabetización mediática y competencias digitales, lo que permite conceptualizar y definir con facilidad estos términos. Lo que necesitamos del experto es conocer la esencia de cada término para verificar si ha evolucionado y si es necesario redefinirlo.</p>
Respuesta de expertos	<p>Romero (2020) La competencia mediática es un conjunto de destrezas, habilidades, aptitudes y actitudes que deben tener los individuos en su relación con los medios (como audiencias, pero también como productores y redifusores de contenidos). Estas comprenden desde entender la naturaleza empresarial, política y económica de los medios en función de sus intereses, las dinámicas de producción y difusión de contenidos, las ideologías</p>

y valores, el uso del lenguaje, hasta los aspectos tecnológicos y de relacionamiento.

Sobre este último punto, las competencias digitales (diferentes a la competencia mediática, pero también integradas en ese aspecto de “tecnologías”) son las habilidades y destrezas que tienen los individuos para mantener una relación mediada por TIC, pero no solo comprenden el aspecto “instrumental” de la tecnología, es decir, saber ser un “usuario” de ésta, sino aspectos como seguridad online, protección de datos, búsqueda de información y selección de idoneidad de fuentes, conocer los peligros y vicios del ecosistema digital, tener un manejo estratégico de su “huella digital” y sus identidades virtuales, etc.

Ferrés (2020)

Hay una gran confusión terminológica al respecto. Según la Comisión Europea, “la competencia digital implica el uso crítico y seguro de las Tecnologías de la Sociedad de la Información para el trabajo, el tiempo libre y la comunicación. Apoyándose en habilidades TIC básicas: uso de ordenadores para recuperar, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, y para comunicar y participar en redes de colaboración a través de Internet” (Comisión Europea, 2006). Estas son las declaraciones oficiales, pero en nuestra praxis académica la competencia digital se suele reducir a competencia tecnológica, entendida en su dimensión instrumental y, como mucho, se le añade la competencia informacional.

Yo trabajo la competencia mediática y la entiendo de un modo más amplio, como capacidad para interaccionar de manera madura y autónoma con las tecnologías, en un doble proceso de consumir mensajes ajenos y de producir y diseminar mensajes propios, asumiendo una multiplicidad de dimensiones: la

tecnológica, la de los lenguajes, la de los procesos de recepción, la de los procesos de producción y difusión, la de la ideología y valores y la dimensión estética.

Lazo (2020) Las competencias digitales son la capacitación en habilidades y destrezas para saber utilizar las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación de manera saludable, con criterio y respetuosamente.

Aporte del autor Las competencias mediáticas son las habilidades críticas y técnicas que debe tener una persona para poder manejar las TIC de una manera eficiente y segura.

Estas habilidades son naturales en los nativos digitales, pero los inmigrantes digitales tienen que aprenderlas mucho más tarde en la vida, en algunos casos, ya en la tercera edad.

Sin embargo, sin importar la edad, necesario que ambos tipos de habilidades sean desarrolladas, puesto que la deficiencia en cualquiera de ellas puede provocar que la persona sea vulnerable dentro de Internet.

Tabla 6

¿Cómo analizar las competencias digitales, desde la perspectiva del desarrollo tecnológico y la cultura mediática?

Pregunta	2. ¿Cómo analizar las competencias digitales, desde la perspectiva del desarrollo tecnológico y la cultura mediática?
Explicación	El desarrollo tecnológico, es un proceso globalizador en el que estamos todos inmersos. Necesitamos conocer del experto un criterio que nos permita visualizar un proceso de inclusión mediática de los adultos mayores.
Respuesta de expertos	Romero (2020) A mi juicio, para los adultos mayores es importante analizar las competencias desde dos aristas: la primera, de carácter instrumental (saber utilizar los dispositivos y sus plataformas

fundamentales: Internet, buscadores, redes sociales, banca electrónica, tiendas online como Amazon o servicios streaming como Spotify o Netflix), mientras que la segunda sea de carácter crítico-analítico: seguridad de datos, manejo de identidad digital, creación de contenidos digitales y capacidad de interacción, conocer procesos de búsqueda de información y sobre fuentes fidedignas, resolución de problemas, etc.

Ferrés (2020) Hoy la mayor parte de las comunicaciones están mediadas por tecnologías, lo que convierte en imprescindible la competencia mediática de la ciudadanía. Pero no basta la formación instrumental en el manejo tecnológico. Veamos algunos ejemplos. Hablamos de tecnologías multimedia, de comunicación multimodal, de tecnologías transmedia... En consecuencia, no se puede extraer todo el potencial de estas tecnologías si reducimos la competencia comunicativa a competencia lingüística. Hoy el 80% del ciberespacio es audiovisual. Es precisa, pues, una competencia comunicativa que atienda la multiplicidad de códigos disponibles hoy en el espacio digital.

Otro ejemplo de reduccionismo. Durante las últimas décadas ha ido evolucionando la visión de la educación mediática, pero solo como consecuencia de la aparición de nuevas tecnologías y de nuevas prácticas comunicativas, sin tener en cuenta que también han cambiado mucho -como consecuencia a los avances de la neurociencia- los conocimientos que tenemos sobre la mente que interacciona con estas tecnologías.

Un último ejemplo, relacionado de alguna manera con esta última consideración. En el mejor de los casos, convertimos en objeto de la educación mediática la multiplicidad de mensajes con los que interaccionamos: mensajes informativos, publicitarios,

interacciones en las redes sociales, relatos de ficción... Nunca convertimos en objetivo de la crítica a la mente que interacciona con estos mensajes. Es decir, utilizamos las pantallas como ventanas que nos permiten el acceso crítico a cualquier tipo de realidad, y nunca como espejos que nos permiten conocernos a nosotros mismos. En el mejor de los casos lo conoceremos todo, menos lo más importante: a nosotros mismos.

Lazo (2020) Hay que analizarlas desde una dimensión holística, donde entre el conocimiento de los lenguajes multimedia, de los procesos de producción de mensaje, de interacción con otros prosumers, de creación y análisis crítico.

Dado que las competencias mediáticas se dividen en dos:

Las habilidades técnicas, o el conocimiento sobre cómo manejar una computadora, un Smartphone, Redes Sociales e Internet, tener el conocimiento de cómo interactuar con una interfaz,

Las habilidades críticas, o la capacidad de discernir la validez de una determinada información y las intenciones con las cuales esta ha sido difundida.

Aporte del autor La carencia de ambas habilidades (o la debilidad en una de ellas) convierte a la persona en un analfabeto digital, y los adultos mayores son generalmente los más afectados.

Una propuesta para analizar estos dos aspectos (desarrollo tecnológico y cultura mediática) es desde el punto de vista de cómo los medios se relacionan entre sí, y cuánto tienen en común las habilidades para usarlos, aprovechando las bases del conocimiento en medios que los adultos mayores pudieron saber manejar. Extrapolar estas habilidades a los nuevos medios puede facilitar su aprendizaje.

Tabla 7

El Internet está presente en todos los espacios. ¿Cuáles son los escenarios propicios para impartir conocimientos sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), a los adultos mayores?

Pregunta **3. El Internet está presente en todos los espacios. ¿Cuáles son los escenarios propicios para impartir conocimientos sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), a los adultos mayores?**

Explicación **Debemos definir qué actividades podemos generar, y necesitamos puntualizar cuáles son los retos de la academia y los sectores que se involucran en los programas de alfabetización digital. Solicito al experto considere recomendar espacios para desarrollar alfabetización mediática.**

Respuesta de expertos

Romero (2020) Al igual que sucede con otros colectivos en riesgo de exclusión (niños, personas con discapacidad, personas de zonas alejadas), deben existir programas y Organizaciones No Gubernamentales que se encarguen de llevar las TIC a todos. Estoy seguro que las empresas de telecomunicaciones (Movistar, Vodafone, Tuenti...) apostarían en el marco de sus planes de Responsabilidad Social Empresarial por actividades como éstas.

Ferrés (2020) No soy experto en educación de adultos y puedo aportar muy poco en este campo. Lo que sí puedo decir es que vivimos en una sociedad excesivamente compartimentada, que ha relegado la educación a la academia, y esto hoy es insostenible. Hay que formarse a lo largo de toda la vida, porque los cambios tecnológicos y estructurales son constantes, y obligan a una formación continua.

La consecuencia es que las empresas han de garantizar una formación continua, la academia ha de ofrecer cada vez más oportunidades de actualización formativa a los adultos, y han de aparecer asociaciones y entidades que completen y actualicen la formación de los ciudadanos y ciudadanas.

Lazo (2020) A través de APPs, redes sociales, en nuevas plataformas.

Aporte del autor

La mayor cantidad de las competencias mediáticas que los adultos mayores aprenden, las aprenden en el seno familiar, de parte de otros miembros más jóvenes. No existen mayores iniciativas de alfabetización mediática para adultos mayores en Ecuador dado que la mayor cantidad de iniciativas están centradas en niños y jóvenes adultos.

Sin embargo, es necesario para la sociedad en general el dar a las personas de tercera edad acceso a las TIC para que puedan seguirse sintiendo miembros útiles de la sociedad, esto se podría realizar a través de proyectos impulsados por el MIES a través de sus infocentros.

Tabla 8

¿Qué se debe proponer metodológicamente para que los adultos mayores puedan desarrollar sus competencias mediáticas?

Pregunta 4. **¿Qué se debe proponer metodológicamente para que los adultos mayores puedan desarrollar sus competencias mediáticas?**

Explicación **Con el acelerado desarrollo tecnológico y de convergencia mediática, debatir sobre procesos metodológicos es fundamental. Entonces, necesitamos perfeccionar una metodología que nos permita incluir a los adultos mayores en los medios sociales y las tecnologías.**

Romero La Revista Comunicar, especializada en temas de competencias mediáticas, (2020) digitales e informacionales, dedicó un número especial en 2015 destinado específicamente a explorar metodologías para el desarrollo de competencias por parte de los adultos mayores. Al no ser especialista en el tema, recomiendo consultar expertos en este colectivo y revisar los estudios de ese número:

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista&numero=45>

Ferrés He hablado antes de las seis dimensiones de la competencia mediática en (2020) las que trabajamos nosotros: tecnología, lenguajes, procesos de recepción, procesos de producción y difusión, ideología y valores y dimensión estética.

Paralelamente nosotros estamos trabajando en herramientas que permitan medir el grado de competencia mediática de la ciudadanía, competencia global y competencia en cada una de las dimensiones. Pienso que es a partir de esta evaluación como sabremos qué dimensiones presentan carencias más graves, en las que se necesita una formación mayor.

Lazo (2020) A través de metodologías de reflexión-acción, como el Aprendizaje basado en proyectos o Aprendizaje basado en problemas y la creación aplicada de mensajes y contenidos propios, dotando de las herramientas para saber manejar las redes sociales.

Aporte del autor Es necesario que los adultos mayores tengan un conocimiento previo relacionado para facilitar el aprendizaje del manejo de las TIC, sin embargo, también se puede utilizar intereses que tengan (comunicarse con su familia, por ejemplo) para motivarlos a formar poco a poco competencias mediáticas.

En el caso de ellos, es necesario aplicar una metodología pragmática que les permita familiarizarse con las distintas herramientas digitales.

Tabla 9

¿Cómo debería ser el modelo de inclusión de los adultos mayores en los procesos de alfabetización digital, con el objetivo de convertirlos en individuos digitalmente competentes?

Pregunta	5. ¿Cómo debería ser el modelo de inclusión de los adultos mayores en los procesos de alfabetización digital, con el objetivo de convertirlos en individuos digitalmente competentes?
Explicación	Para que la investigación tenga éxito, esta pregunta es muy importante, aquí podremos determinar cuáles son las responsabilidades y los procesos que debemos seguir para incluir a los adultos mayores en el manejo adecuado de las tecnologías. El objetivo de esta pregunta es que el experto haga conocer desde su

experiencia que elementos necesitamos para implementar procesos de alfabetización en adultos mayores.

Respuesta de expertos

Romero (2020) No soy un experto en el tema. Misma respuesta que la anterior.

Ferrés (2020) Creo haber contestado ya a esta pregunta. Cuando hemos hecho investigaciones sobre el grado de competencia mediática de la ciudadanía, hemos llegado a la conclusión de que hay fallos en todas las dimensiones. La gente joven se muestra competente en la dimensión tecnológica, pero solo en esta dimensión. Hace falta, pues, una formación que atienda todas las dimensiones.

Lazo (2020) Por una parte, que sepan analizar las claves de los mensajes, si son o no adecuados, saber diferenciar las fake news, que están integrados en redes y plataformas de creación de mensajes y tener en cuenta la huella digital.

Aporte del autor

El modelo de inclusión debería centrarse primero en la creación de habilidades críticas que permitan al adulto mayor no sólo cuestionar los mensajes en línea sino aquellos que aparecen en medios tradicionales, fortaleciendo su formación como ciudadano.

Una vez que esta primera fase haya sido superada, se puede pasar a las habilidades técnicas que le permitan acceder a las TIC con mayor facilidad.

Tabla 10

¿En la actualidad, los procesos de alfabetización digital en que benefician a nuestra sociedad?

Pregunta	6. ¿En la actualidad, los procesos de alfabetización digital en que benefician a nuestra sociedad?
Explicación	Partiendo de que la educación es un derecho universal, solicito al experto, exponer desde su experiencia un concepto que vaya más allá de la inclusión de los adultos mayores en los procesos de TIC, y que

oriente la necesidad profunda de levantar programas educomunicativos.

Romero (2020) Los procesos de alfabetización digital en colectivos con altas brechas digitales coadyuvan a democratizar las TIC, a la vez que permite el ejercicio de un derecho fundamental, como lo es la comunicación, por parte de estos. En este sentido, es una responsabilidad compartida que tienen las organizaciones internacionales, los Estados, las entidades educativas, las Organizaciones no Gubernamentales y las empresas.

Ferrés (2020) Ya he dicho antes que la exigencia de la educación mediática se sustenta en el hecho de que hoy la mayor parte de las comunicaciones son mediadas por tecnologías. No podemos decir que hemos educado a una persona si no le hemos ayudado a desarrollar las capacidades para desenvolverse de manera autónoma en este contexto tecnológico, pero recordando que el dominio tecnológico no basta, del mismo modo que el simple dominio de la mecanografía no nos convierte en buenos escritores. La competencia mediática beneficia a la sociedad si convierte a los ciudadanos y ciudadanas en personas críticas, sensibles, comprometidas social y culturalmente, con una dieta mediática equilibrada, con capacidad para procesar las informaciones, hábiles para crear y difundir mensajes constructivos, dominadores de todos los códigos de expresión, con un uso responsable y seguro del ciberespacio...

Lazo (2020) Los programas educomunicativos son necesarios en todos los currículos escolares, desde la educación infantil y primaria hasta la universitaria, teniendo en cuenta la necesidad de formar

ciudadanos comprometidos con el uso democrático, seguro y saludable de las TIC.

Aporte del autor

Benefician a la sociedad porque permiten que esta sea más unida. Antes las barreras geográficas podían separar miembros de una misma familia o grupo por largo tiempo, sin embargo, eso ya no es parte de nuestra realidad.

El hecho de que las nuevas tecnologías sirvan como puentes geográficos también significa que pueden ser utilizadas como puentes generacionales, pero esto también requiere que las personas de distintas generaciones posean las habilidades para poder interactuar entre sí dentro del entorno digital.

Tabla 11

En relación con Latinoamérica. ¿Cómo observa usted el nivel de competencias digitales en adultos mayores?

Pregunta	7. En relación con Latinoamérica. ¿Cómo observa usted el nivel de competencias digitales en adultos mayores?
Explicación	El objetivo de esta pregunta es conocer que piensan los expertos sobre las investigaciones desarrolladas en Latinoamérica, por eso hemos solicitado su aporte, ya que conocemos de su trayectoria en el desarrollo de la investigación educomunicativa.
Respuesta de expertos	<p>Romero (2020) Lo desconozco. No he desarrollado estudios en ese colectivo (ni en Latinoamérica, ni en España).</p> <p>Ferrés (2020) Los estudios realizados en nuestros grupos de investigación ponen de manifiesto que no existen diferencias sustanciales en cuanto a competencia mediática entre los resultados obtenidos en España y los obtenidos en el resto de países de Latinoamérica.</p> <p>Lazo (2020) El nivel de los ciudadanos de Latinoamérica es bastante bajo en algunas dimensiones competenciales, como es saber discernir entre la ideología y valores que representan los contenidos de</p>

Internet, a qué intereses responden, cuáles son los verdaderos dueños de la comunicación, saber leer los lenguajes mediales y saber producir mensajes de calidad. Por otro lado, son competentes en la dimensión de manejo tecnológico.

Aporte del autor

América Latina es un continente dominado por la cultura oral, considerando que el nivel de analfabetismo en los adultos mayores es alto comparado con otras regiones, es razonable que las competencias digitales de todo el continente sean más débiles que en el resto del mundo.

La alfabetización mediática es un proceso concadenado en el cual participa la familia, el gobierno y la empresa privada, a través de esfuerzos conjuntos (aunque no lo parezcan) puesto que aspectos como la infraestructura, acceso a servicios básicos, educación básica y el propio ambiente social influyen en el interés que el individuo tenga en aprender a usar las TIC.

Tabla 12

¿Desde su experiencia, qué instituciones u organizaciones deberían asumir la responsabilizar de emprender en proyectos de alfabetización digital en adultos mayores?

Pregunta	8. ¿Desde su experiencia, qué instituciones u organizaciones deberían asumir la responsabilizar de emprender en proyectos de alfabetización digital en adultos mayores?
Explicación	En el Ecuador existen instituciones responsables de integrar a los grupos vulnerables en los proyectos sociales del Gobierno. El Ministerio de Educación es responsable de los procesos de alfabetización. Entonces, solicito al experto un criterio para establecer un programa institucional de alfabetización mediática e inclusión de las personas de la tercera edad.
Respu esta de expert	Romero (2020) Lo más fácil sería decir “el Estado”, porque nuestra mentalidad -lamentablemente- siempre apunta a darle al Estado las

responsabilidades de todo. Sin embargo creo que es un momento propicio para discutir, sobre todo en América Latina, que el Estado no puede hacerse cargo de todo (ser el empleador con más empleados, jubilaciones, subsidios, becas, gasto público, garantizar vialidad, vivienda, alimentación,...). No se entiende quizás que el Estado no genera riquezas, sino que, por el contrario, genera siempre pérdidas (déficit fiscal) y no podemos seguir dándole más y más responsabilidades que primero, no la van a asumir correctamente y segundo, no la pueden asumir económicamente.

Aquí hay 4 actores no-estatales que pueden ser fundamentales para emprender proyectos de alfabetización digital:

- **Universidades:** A través de la planificación, coordinación y creación de un marco común de alfabetización digital en adultos mayores y poblaciones de alta brecha digital, que parta de un informe (diagnóstico) de las competencias a fortalecer y esto se traduzca en planes de formación simples y específicos. Asimismo, la universidad puede proponer una “geografía” de actuación inicial y la formación de alfabetizadores (voluntariado), a quienes se les puede validar su servicio comunitario o pasantías con estas actividades.
- **ONG:** Si bien la Universidad, como colectivo, plantea el contenido del plan de alfabetización digital y forma a los “formadores”, los organiza en voluntariado y establece la geografía de actuación (cada universidad en su área de acción próxima), las ONG suelen tener el acceso a los colectivos y los espacios para el desarrollo de estas actividades. Las ONG conocen a sus colectivos,

entienden sus dinámicas, y son las que pueden abrirnos las puertas y gestionar la logística para el desarrollo de estas actividades.

- **Empresa privada:** Muchas empresas tecnológicas les interesa que los adultos mayores también tengan acceso a las tecnologías, fundamentalmente porque mientras más sepan, más clientes tendrán (y más ganancias). Dentro de los Planes de Responsabilidad Social Corporativa de las empresas (de telecomunicaciones, por ejemplo) se pueden proponer planes de alfabetización digital. Eso sí, uno de los problemas que tenemos (y me incluyo) en la Universidad es que vamos a las empresas sin algo “materializado” en manos, vamos con ideas, con claves, pero nunca con algo materializado. A las empresas hay que llegar con el diagnóstico en mano, con el listado y fotos de los voluntarios, con la geografía de actuación y con un presupuesto bien desarrollado para que puedan apoyar. Esto además no debe ser una estrategia a corto plazo (entrego hoy el proyecto y lo aprueban en un mes), sino que debe entender el ejercicio fiscal de las empresas y saber que si el gasto es significativo, no se discutirá hasta dentro de varios meses (y hay que hacer seguimiento).
- **Comunidades** organizadas: Ciertas comunidades aisladas suelen tener sus propias estructuras sociales, que serán quienes nos sirvan de puente entre nuestro proyecto y el público objetivo. Una vez fijada la “cartografía o geografía” de actuación, debemos tener la autorización necesaria y el “sponsor” de la comunidad.

Ferrés (2020) La responsabilidad de la competencia mediática debería ser socialmente repartida. En la era de la convergencia, todas las personas y todas las instituciones deberíamos sentirnos corresponsables, no solo las de educación formal y las de educación no reglada. Y en este “todos” me gustaría incluir los medios de masas, sobre todo los públicos, que deberían sentirse responsables, porque son educadores, aunque no lo pretendan explícitamente.

Lazo (2020) Las organizaciones públicas, las ONGs e instituciones privadas con fines educativos y sociales que deseen implementar programas para hacer más competentes a los ciudadanos y ciudadanas en tema digital, atendiendo al refrendo de organismos internacionales como la UNESCO.

Aporte del autor La alfabetización digital es una tarea de todos, y empieza en el seno familiar, siendo los más jóvenes los que ayudan a sus mayores a manejar la tecnología o a explicarles cómo hacerlo en su ausencia.

El problema es cuando la formación de los jóvenes es deficiente (por lo general en habilidades críticas), por lo que el Estado debe también participar en la elaboración de planes de estudio que motiven al estudiante a aprender a cuestionar lo que ve, y proyectos de inclusión que ayuden al adulto mayor a familiarizarse con ellas fuera del núcleo familiar.

La academia también es un parte importante al momento de emprender proyectos de alfabetización, junto a ONGs y la empresa privada.

Capítulo once

Despeje de hipótesis

11.1 Hipótesis 1

Los adultos mayores de 65 años en adelante en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga, utilizan en su gran mayoría los medios y plataformas digitales (medios sociales) para comunicarse con sus familiares.

Esta hipótesis se basa en que la principal motivación de los adultos mayores para usar TIC es el mantenerse en contacto con su familia y amigos.

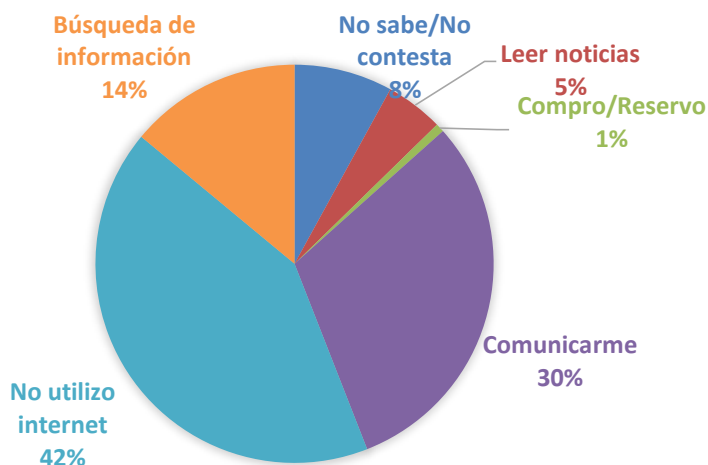
En la Figura 16 se puede apreciar que, la mayoría de los adultos mayores no utilizan Internet (42%), pero que el grupo que le sigue (30.7%) son aquellos que utilizan Internet para comunicarse.

En el caso del adulto mayor, dado por la cantidad de tiempo libre que llega a tener debido a su jubilación, es necesario que tenga una actividad que pueda distraerlo para evitar trastornos físicos y psicológicos derivados del sentimiento de “inutilidad” al no ser parte de la población económicamente activa.

El mantenerse en contacto con familia y amigos también puede ser una motivación para el aprendizaje del manejo de las TIC.

Figura 72

Motivos de interés de los adultos mayores en las TIC



11.2 Hipótesis 2

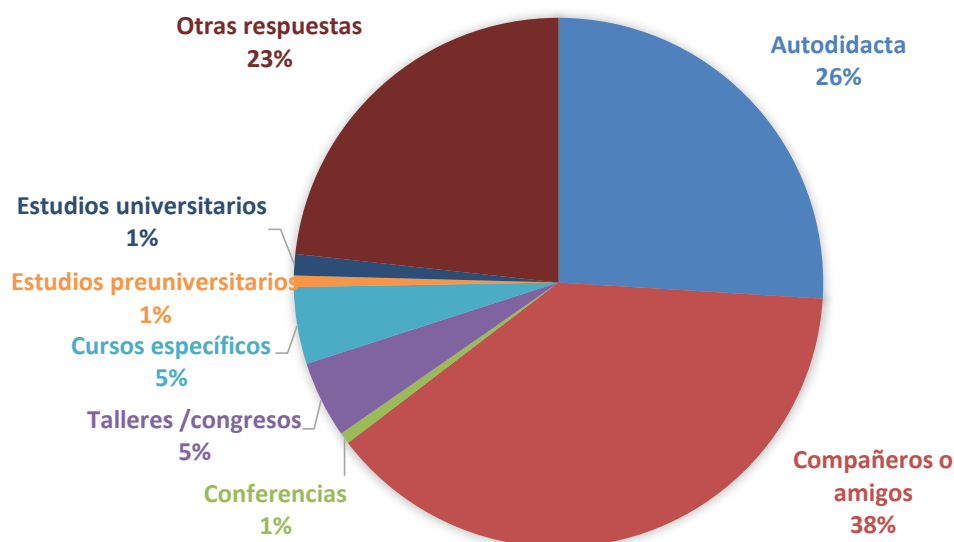
Los adultos mayores de 65 años aprenden el manejo de medios y plataformas digitales de manera autodidacta o con el apoyo de familiares.

Los nativos digitales (Millennials y Centenials) son aquellos que mayor facilidad tienen para manejar nuevas tecnologías, dentro de la dinámica familiar y dada la novedad, es normal que ellos sean los que enseñen al resto de miembros, contribuyendo a la alfabetización digital de sus mayores.

En la Figura 12 se puede apreciar que un 62% de los adultos mayores viven en núcleos familiares de tres o más personas, en los cuales se puede propiciar la enseñanza de las generaciones más jóvenes a las mayores.

Figura 73

Métodos de aprendizaje de las TIC



11.3 Hipótesis 3

Los aportes gubernamentales y no gubernamentales a la alfabetización digital en la población escogida son insuficientes.

La mayoría, por no decir todos, los proyectos de alfabetización digital en Ecuador están dirigidos a Millennials o Centenials debido a que ellos son quienes

conforman en la actualidad la población económicamente activa. El Ministerio de Telecomunicación a través de los Infocentros, propicia el manejo de las TIC en adultos permitiendo el libre acceso y talleres ocasionales para ellos, Este estudio ha evidenciado que no existe una estrategia de gobierno, academia o sector privado enfocada en el fortalecimiento de las habilidades mediáticas en la población de la tercera edad.

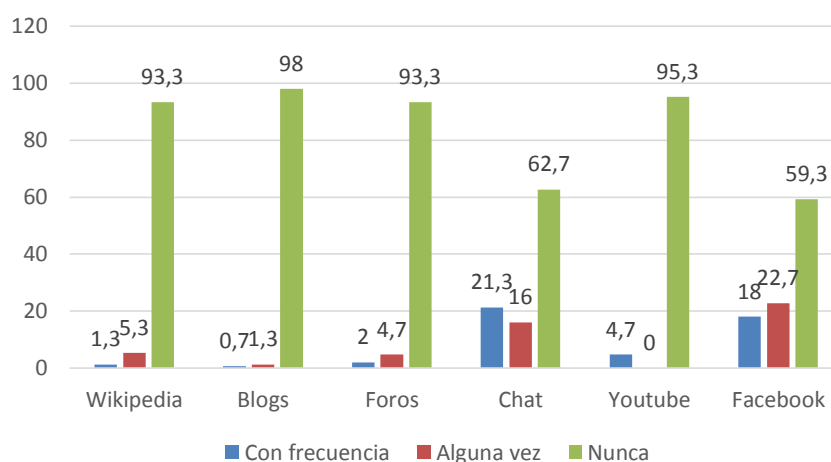
11.4 Hipótesis 4

Entre los bajos niveles de acceso a medios sociales que reflejan los adultos mayores, prefieren utilizar la Red Social Facebook.

En concordancia con la primera hipótesis, los adultos mayores prefieren usar TIC para comunicarse con amigos y familiares. En la Figura 74 se realiza una comparativa de los distintos servicios disponibles en Internet, siendo los chats y Facebook los servicios preferidos para la población mayor.

Figura 74

Frecuencia de uso de las TIC



11.5 Hipótesis 5:

El uso de las herramientas tecnológicas mejora la calidad vida de los adultos mayores y los reincorpora a la sociedad.

Las TIC permiten a los adultos mayores seguirse formando, comunicarse, realizar trámites, pagos, compras y demás, dándole un sentido de independencia y valía que puede perderse al llegar a la tercera edad y empezar a depender de hijos y nietos.

La idea de dejar de ser “productivo” puede ser dura para los adultos mayores, pero las TIC ayudan a aliviar ese vacío dejado por la actividad laboral que desempeñaban antes de jubilarse.

El mantenerse en constante aprendizaje ayuda al adulto mayor a adaptarse mejor a los cambios físicos y psicológicos conforme su edad avanza, mejorando su calidad de vida exponencialmente.

Conclusiones

Las competencias mediáticas implican el uso crítico y seguro de las TIC para el desarrollo del trabajo, el entretenimiento y la comunicación. Estos procesos se cumplen gracias a las bondades de los diferentes instrumentos electrónicos (computadoras, celulares, tablets, etc.) y a la gran plataforma del Internet.

Para el desarrollo de la presente investigación se planteó como objetivo general: “Determinar el estado actual de las competencias digitales y los procesos de alfabetización digital en adultos mayores de 65 años en adelante, a través de un abordaje del fenómeno en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga como caso de estudio”.

Para el cumplimiento de este objetivo fue necesario contextualizar el caso de estudio Competencias digitales en el adulto mayor: Una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja. Realizando un análisis de la situación de conectividad y acceso a Internet, involucrando a los adultos mayores e instituciones del sector público responsables de la implementación de procesos educativos a lo largo del ciclo vital.

Con estos antecedentes se presentan las principales conclusiones de la investigación en relación con los objetivos y protocolos establecidos:

1. Se descubrió las formas de aprendizaje de los adultos para el manejo de medios y plataformas digitales (como es el caso de Internet).

A través de la tecnología el adulto tiene la posibilidad de mejorar su calidad de vida interrelacionándose con su entorno social y cultural. Se inmiscuye en la actividad laboral y tiene la posibilidad de seguir aprendiendo; también se puede entretener e informar; ya que la tecnología está al alcance de sus manos. La edad ni la condición física no importa, porque las TIC permiten superar miedos y desarrollar nuevas habilidades (Moreno y Parra, 2016, p. 4).

En esta línea es necesario analizar cuantitativamente las formas en que los adultos mayores aprenden el manejo de los medios y plataformas digitales, con el fin de analizar el comportamiento de los adultos mayores frente a los nuevos modelos de comunicación. Para

ello se tomó como referencia la pregunta 13 de la encuesta, en que se menciona ¿Cómo ha adquirido los conocimientos en medios?

Aquí se puede concluir que la mayoría de los adultos mayores el manejo de medios y plataformas digitales (como es el caso de Internet), con la ayuda de personas cercanas a su entorno, aunque un importante conglomerado social se auto educa en el manejo de dispositivos electrónicos.

2. Se evaluó el uso de los medios sociales por parte de este grupo generacional.

Según Cardozo, Martín y Salaño (2017), por primera vez en la historia de la humanidad, cuatro y hasta cinco generaciones conviven al mismo tiempo. Pero esta convivencia que se conoce pierde su romanticismo cuando se generan desigualdades, por la presencia de la brecha digital, siendo para los adultos mayores una asignatura obligatoria para ganar calidad de vida aprender el uso correcto de las TIC (p.2).

Los porcentajes de la encuesta planteada muestran que el desconocimiento de los medios sociales es bastante amplio. Situación reflejada en la interrogante número 21. Mientras que de los pocos adultos mayores que se dedican a interactuar en las redes sociales lo hacen con preferencia a Facebook (como se expone en la tabla 30 y 52) y con el objetivo de comunicarse con familiares y miembros de su entorno, tal como se sustenta en la base bibliográfica de esta investigación.

3. Se analizó la opinión de expertos respecto a los aportes gubernamentales y no gubernamentales a la alfabetización digital en la población escogida.

Los expertos que participaron en esta investigación coinciden que los procesos de Alfabetización Mediática deben ser impulsados por el Gobierno y respaldados por ONGs. (Romero, Lazo y Ferrés, comunicación personal, 2019). Lo manifestado por las autoridades el sector educativo y público de la provincia de Loja, debidamente sustentado en el marco teórico señala que no existen proyectos de alfabetización mediática en la provincia de Loja.

Esta puntualización se ratifica en los resultados expuestos en la tabla 13, en la que los adultos mayores responden que han aprendido el manejo de TIC por cuenta propia o con el apoyo de amigos y compañeros.

4. Se descubrió y detalló las ventajas del uso de estos recursos, para el fortalecimiento social de este grupo etario.

A lo largo de la investigación se ha venido sosteniendo que las ventajas de utilizar tecnologías en los adultos mayores son varias. Van desde la inclusión social, hasta permitir la generación de recursos para un sector de la población muy importante y que tienen mucho por aportar.

Estas premisas están debidamente sustentadas en los resultados del grupo focal y de las entrevistas a los expertos participantes en el proceso de investigación. Todo esto respaldado en la amplia investigación bibliográfica desarrollada.

La realización de este estudio es de relevante importancia para la inclusión de los adultos mayores y el fortalecimiento de los procesos educativos de frente al constante crecimiento y desarrollo de los sistemas de comunicación. Por ello se generó otras conclusiones:

5. Esta investigación busca contribuir con los procesos de inclusión de los adultos mayores en el uso competente de las TIC, y a la reducción de la denominada brecha digital.

La brecha digital geográfica en Ecuador se ha ido reduciendo rápidamente en los últimos diez años, pero la brecha generacional sigue estando presente; a pesar de que se va desvaneciendo lentamente con el envejecimiento de adultos que conocen cómo utilizar TIC, es necesario dejar la aproximación pasiva que se le ha dado y tomar una actitud proactiva para alfabetizar a este grupo etario. No existen proyectos de Educomunicación para adultos y adultos mayores. Es importante que se creen procesos de estudio para capacitar a los adultos en edad productiva con el objetivo de mejorar sus posibilidades laborales, y posibilitar a los adultos mayores la comunicación con sus familias y su entorno. Además, generar la posibilidad de seguirse formando para ser miembros útiles de la sociedad.

6. El analfabetismo tradicional representa otra característica que puede dificultar la alfabetización digital

La gran mayoría de los adultos mayores cuenta sólo con instrucción formal primaria, lo que representa un problema al momento de aprender a manejar medios sociales y TIC que contengan palabra escrita, en caso de no haber aprendido a leer y escribir correctamente; esto representa una mayor necesidad de generar programas que les permitan participar en medios sociales y uso de TIC. Aunque las personas que tienen niveles de estudio superiores (secundarios y universitarios) tampoco se desenvuelven de la mejor manera, su condición de inmigrantes digitales un poco más experimentados les permite ir aprendiendo lentamente al experimentar los nuevos modelos de comunicación.

7. Los adultos mayores tienen más confianza y prefieren a los medios tradicionales como la Televisión, Radio y Prensa, pues los conocen y han sido testigos de su evolución.

Estos medios son fáciles de consumir porque no requieren habilidades técnicas mayores y aunque sería recomendable tenerlas, tampoco requieren habilidades críticas al no brindar la posibilidad de dar retroalimentación sencilla. Estos medios han estado presentes junto a los adultos mayores desde que eran niños, por lo que se sienten cómodos alrededor de ellos, es necesario recordar que las TIC como tal recién empezaron a popularizarse en Ecuador a partir del año 2005 por lo que su crecimiento ha sido muy abrupto y por lo tanto no ha permitido a los adultos mayores adoptarlas.

Recomendaciones

1. Se pudo evidenciar que los adultos mayores aprenden mayoritariamente competencias digitales desde el hogar, a través de la enseñanza desde las generaciones más jóvenes a las mayores, pero este caso sólo es posible para aquellos que viven con su familia extendida; en caso de vivir solos o son su pareja, no cuentan con los recursos para empezar a obtener estas habilidades.

La alfabetización mediática del adulto mayor debería ser uno de los puntos incluidos en los planes de capacitación permanente impulsados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) en los Infocentros que poseen en distintas provincias del país. El MIES desarrolla permanente distintos programas para capacitación de jóvenes y adultos, relacionados a distintos temas tecnológicos para mejorar sus perfiles laborales, sin embargo, los adultos mayores siempre son dejados de lado en estas iniciativas.

2. Este trabajo permitió evidenciar cuál es el interés principal de los adultos mayores: el comunicarse con amigos y familiares a través de redes sociales. Considerando este aspecto, se puede idear planes de educación enfocados en este grupo social y sus necesidades desde el Ministerio de Educación, enfocados en desarrollar las habilidades técnicas y críticas para que puedan usar Internet de manera segura y responsable. También se ha comprobado que la gamificación no es la técnica ideal para este grupo social (a pesar de su efectividad con otros grupos sociales) debido al poco interés que genera y el extra esfuerzo que podría significar.

No sería un aprendizaje completo si este se enfocara sólo en redes sociales, pero este puede ser el primer escalón para generar un aprendizaje en cadena; la mayor dificultad para este grupo al momento de aprender a manejar TIC es la diferencia abismal respecto a los medios tradicionales que conocen, por lo que darles una referencia cercana ayudará a facilitar el proceso de alfabetización.

3. Localmente, este trabajo ha representado un estudio sobre las capacidades mediáticas de los adultos mayores en tres cantones de la provincia de Loja, sin embargo, se ha dado las pautas para poder ampliarlo a una escala mayor, sea a nivel de la provincia, región o país; esto permitiría en generar mejores políticas nacionales para la inclusión del adulto mayor; un grupo social que siempre se ha visto relegado de la sociedad a pesar del aporte que brindó y sigue brindado, además de que es importante transmitir de un modo u otro la valiosa experiencia y conocimiento a las generaciones más jóvenes, las cuales pueden tener habilidades laborales pero carecen de la experiencia y guía para aplicarlas correctamente.
4. Se recomienda plantear temas de capacitación a la tercera edad desde la academia, tanto como proyecto de responsabilidad social como para fortalecer la formación de futuros docentes; los planes de estudio de este grupo etario para el fortalecimiento del uso de las TIC requieren atender necesidades especiales y pueden apoyar en el desarrollo de otras áreas de sus vidas, y a desarrollar otras habilidades como la alfabetización tradicional, comprensión lectora y crítica general, permitiéndoles expresar sus ideas con mayor facilidad, y empoderarlos sobre sus propias habilidades, minimizando el nivel de dependencia que puedan sentir y cómo esta puede afectar a su autoestima en general; los adultos mayores pueden haber terminado su periodo como personas económicamente activas, pero esto no quiere decir que hayan dejado de ser útiles a la sociedad o que hayan dejado de tener necesidades económicas, por lo que el enseñar habilidades mediáticas pueden mejorar su calidad de vida exponencialmente.

Referencias

- Abad, L. (2014). Diseño de programas de e-inclusión para alfabetización mediática de personas mayores. *Comunicar*, 42(21), 173-180. <https://bit.ly/3apVaWG>
- Aguaded, I. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Comunicar*, 12(24), 25-34. <https://bit.ly/2PNNVOK>
- Aguaded, I. (2012). Presentación: El reto de la competencia mediática de la ciudadanía. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(3), 1-7. <https://bit.ly/2YgYTI3>
- Aguaded, I., y Guzmán, M. (2014). Competencia mediática y educación: una alianza necesaria. *Comunicación & Pedagogía*, 273(274), 38-42. <https://bit.ly/3fWKWhq>
- Alvarado García, A. M., Maya, S., & María, Á. (2014). Análisis del concepto de envejecimiento. *Gerokomos*, 25(2), 57-62. <https://bit.ly/2PXLE3r>
- Arévalo, M. (Comunicación personal, 13 de agosto de 2019). Rectora de la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús.
- Armijo, G. (2009). Poder económico y discriminación etaria: la tutela del adulto mayor como derecho humano emergente. *Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano*, 15, 387-404. <https://bit.ly/30UV4Dh>
- Arrieta, A., Montes, D. (2011). Alfabetización digital: uso de las TIC's más allá de una formación instrumental y una buena infraestructura, *Revista Colombiana de Ciencia Animal*, 3(1), 180-197. <https://bit.ly/3gXpGtg>
- Avilés, E. (s.f.). *Provincia de Loja. Enciclopedia del Ecuador*. <https://bit.ly/3dKKodF>

- Ballart, X. (1994). Clientes de un servicio cultural. Una experiencia de evaluación con «focus groups». *Gestión y análisis de políticas públicas*, (1). <https://doi.org/10.24965/gapp.v0i1.9>
- Barbas, A. (2012) Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 10, nº 14, 157-175. <https://bit.ly/30Voxgz>
- Barrantes, R. M. y Ugarte Villalobos, D. R. (2019). *La Apropiación de Internet por adultos mayores. Economías Informales en Dos Ciudades de América Latina*. Hipatia Press.
- Benito, P., Díaz, V., Calderón, F., Peinado, A., Martín, C., Álvarez, M., Morencos, E., y Pérez, J. (2007). La revisión bibliográfica sistemática en fisiología del ejercicio: recomendaciones prácticas. *RICYDE Revista Internacional De Ciencias Del Deporte*. 3(6), 1-11. <https://bit.ly/33XUMxn>
- Bernardini, A. (2011). La educación en valores hoy en día: entre conciencia crítica y respuestas constructivas. *Innovaciones Educativas*, 12(17), 11-22. <https://bit.ly/3ceX5wu>
- Boarini, N., Cerdá, P., y Rocha, S. (2006). La educación de los adultos mayores en TIC. Nuevas Competencias para la Sociedad de Hoy. *Revista Iberoamericana De Tecnología En Educación Y Educación En Tecnología*, 1, 7 . <https://bit.ly/2ADApJb>
- Botero, B., y Pico, M. (2007). Calidad de vida relacionada con la salud (CVRS) en adultos mayores de 60 años: una aproximación teórica. *Revista hacia la Promoción de la Salud*, 12, 11-24. <https://bit.ly/3cD4y9G>
- Caldeiro, M. (2014). *Alfabetización comunicativa para el desarrollo de la autonomía moral: estudio de la competencia mediática en los adolescentes de Lugo (Galicia)* [Tesis de Doctorado, Universidad de Huelva]. <https://bit.ly/30VuzOb>

- Caldeiro, M. (2013). Desarrollo curricular de la competencia mediática, en educación secundaria en la comunidad gallega. *Edmetic. Revista de Educación Mediática y TIC*, 2(2), 8-36. <https://bit.ly/3gUPKoY>
- Caldeiro, M. y Aguaded, I. (2015). Alfabetización Comunicativa y Competencia Mediática en la Sociedad Hipercomunicada. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 9(1), 38-40. <https://bit.ly/3kQGDs3>
- Camps, V. (2003). Sociedad de la información y ciudadanía. *Universidad Autónoma de Barcelona*. <https://bit.ly/2DYH2aT>
- Cañón, R., Grande, M., y Cantón, I. (2016). Brecha digital: Impacto en el desarrollo social y personal. Factores asociados. Universidad Autónoma de Madrid. *Tendencias Pedagógicas*, 28, 115-132. <https://bit.ly/2sDrh3T>
- Cardozo, C., Martín, A., y Saldaño, V. (2017). Los adultos mayores y las redes sociales: Analizando experiencias para mejorar la interacción. *Informe Científico Técnico*, 9(2), 1-29. <https://bit.ly/3jCsFt3>
- Castillejos, B., Torres, C., y Lagunes, A. (2016). La seguridad en las competencias digitales de los millennials. *Apertura*, 8(2), 54-69. <https://bit.ly/2V0F67i>
- Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. [Archivo PDF]. <https://bit.ly/2XZnMAS>
- Casamayou, A., y González, M. (2017). Personas mayores y tecnologías digitales: desafíos de un binomio. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 7(2), 152-172. <https://bit.ly/2tyBkaa>
- Cea, D. y Ancona, M. (2001). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Síntesis S.A.

- Codina, L. (2000). Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. *Revista española de documentación científica*, 23(1), 9-44.
<https://bit.ly/3fVmFsc>
- DataReportal. (2020). *Digital 2020: April Global Statshot*. <https://bit.ly/3dRrZfq>
- Delgado, A., y Pérez M. (14-15 de noviembre 2013). *Educación Mediática & Competencia Digital*. [Discurso principal]. II Congreso Internacional. Barcelona, España.
<https://bit.ly/2UPUfZ3>
- Del Alcázar, J. (2020). *Ecuador, Estado Digital*, Mentinno. <https://bit.ly/3klxaCT>
- Díaz, C. (2008). *Conciencia crítica*. [Archivo PDF]. <https://bit.ly/3eua6nM>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. <https://bit.ly/36r0MwT>
- Domínguez, E. (2012). Medios de Comunicación Masiva. Red *Tercer Milenio*. Recuperado de: <https://bit.ly/2YXTo9M>
- Duart, J. (2009). Internet, redes sociales y educación. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 6(1). <https://bit.ly/3dITcBt>
- Durán, G. (2017). Tecnologías de información y comunicación como medios de inclusión y exclusión para los adultos mayores. *DIS*, 1, 11-16. <https://bit.ly/2ueixBq>
- Durán, D., Orbegoz, L., Uribe, A., y Uribe Molina, J. (2008). Integración social y habilidades funcionales en adultos mayores. *Universitas Psychologica*, 7(1), 263-270.
<https://bit.ly/36BTQOA>
- Fernández, M., (9 de noviembre de 2017). *Adiós a las aulas: cómo son los nuevos espacios de aprendizaje de Finlandia*. <https://bit.ly/39IGykC>

- Freidenberg, F. (2004). Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores? [Archivo PDF]. <https://bit.ly/39HXXcT>
- Ferrés, J. (Comunicación personal, 27 de junio de 2019). Profesor titular en la Universidad Pompeu Fabra.
- Ferrés, J., y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 38, 75-82. <https://bit.ly/3hBJwuT>
- Gallart, M (1993). La integración de Métodos y la Metodología Cualitativa. Una reflexión desde la práctica de la investigación. En F. Forni, M. Gallart, y I. Vasilachis (Eds.) *Métodos cualitativos II: La práctica de la investigación* (pp. 107-152). Centro Editor de América Latina. <https://goo.gl/W3GWRi>
- García, N. (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Calas. <https://bit.ly/3iEKiQJ>
- García, R., Gozávez, V., y Aguaded, J. (2014). La competencia mediática como reto para la Educomunicación: instrumentos de evaluación. *Cuadernos.info*, (18-35), 15-27. <https://bit.ly/2sOfW0D>
- García, P., Stein, G., y Ramón, J. (2008). Políticas para dirigir a los nuevos profesionales—motivaciones y valores de la generación Y. *IESE Research Papers*. <https://bit.ly/3am3qHh>
- Gértrudix, F., Gálvez, C., Said, E., & Durán Medina, J. (2016). Alfabetización digital, competencias mediáticas y Open Data. *Monográfico: "Ciudadanía Digital"* 15(2). <https://bit.ly/2ubwq3h>
- Gómez, J., Calderón, A., y Magán, J. (2008). *Brecha digital y nuevas alfabetizaciones. El papel de las bibliotecas*. Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid. <https://bit.ly/33YH5hO>

- González, R., y Gutiérrez, M. (2017). Competencias Mediática y Digital del profesorado e integración curricular de las tecnologías digitales. *Revista Fuentes*, 19(2), 57-66. <https://bit.ly/2CrN0AD>
- Guaña, E., Alvear, A., y Ortiz, R. (2015). Caracterización del consumidor digital ecuatoriano. *Revista Publicando*, 2(5), 226-242. <https://bit.ly/2PRNVxg>
- Guerrero, E. (Comunicación personal, 23 de junio de 2020). Profesor Principal, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Gutiérrez, M., y Tyner, K. (2012). Alfabetización mediática en contextos múltiples. *Comunicar*, 19(38), 10-12. <https://bit.ly/3elmlmt>
- Henríquez, E. & Zepeda, M. (2003). Preparación de un proyecto de investigación. *Ciencia y enfermería*, 9(2), 23-28. <https://bit.ly/2QK4UBH>
- Hernando, A., Phillippi, A. (2013). El desarrollo de la competencia mediática en personas mayores: una brecha pendiente. *Revista Chasqui*, 124, 11-20. <https://bit.ly/3fVyqyZ>
- Hutt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://bit.ly/2V6qSC0>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (s.f.). *Programa del adulto mayor*. <https://bit.ly/35k6saF>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Fascículo provincial Loja. Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. <https://bit.ly/39HkHtu>
- Jara M. (2007). La estimulación cognitiva en personas adultas mayores. *Revista cúpula*, 4-14. <https://bit.ly/2X97S7m>

- Jara, N. y Prieto, C. (2017). Impacto de las diferencias entre nativos e inmigrantes digitales en la enseñanza en las ciencias de la salud: revisión sistemática. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 29(1), 92-105. <https://bit.ly/3kJ3hIY>
- Jáuregui, A. (20 de enero de 2001). *Efectos de la globalización en América Latina*. <https://bit.ly/2ZT0FYt>
- Krause, M. (1995). La investigación cualitativa: un campo de posibilidades y desafíos. *Revista Temas de educación*, 7(7), 19-40. <https://bit.ly/3kJMuz5>
- Rivera Rogel, D. (Coord.). (2019). *Libro blanco. Competencias mediáticas en Ecuador*. Pearson. <https://bit.ly/2AGYdvD>
- López, H. (1998). La metodología de la encuesta en J. Cáceres (Coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, (pp. 33-74). Addison Wesley Longman.
- Luque, J. (2 de abril de 2019). *Conciencia Crítica*. <https://bit.ly/2FlwpMx>
- Marín, J. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*, 15(71). <https://bit.ly/3fTkeGB>
- Martínez-Salanova, E. (2016). Educomunicación. Los dilemas y retos en un mundo de comunicación global. *Aularia*, 2, 1-6. <https://bit.ly/2FihTVS>
- Martínez, J. (Comunicación personal, 7 de abril de 2019). Jefe de TIC, del Distrito de Educación, Calvas, Gonzanamá y Quilanga.
- Maya, P. (2008). La brecha digital, brecha social. Los recursos humanos en el desarrollo y la capacitación a través del aprendizaje digital ('elearning'). *Gazeta de Antropología*, 24(2). <https://bit.ly/39Bh1cS>

- Mella, O. (2000). *Grupos focales ("Focus groups")*. *Técnica de investigación cualitativa*. [Archivo PDF]. <https://bit.ly/2MYGjYS>
- Ministerio de Educación. (s.f.). *Acerca de ofertas Todos ABC*. <https://bit.ly/2STtu5C>
- Ministerio de Educación. (s.f.). *Currículo*. <https://bit.ly/2ZPt0z2>
- Ministerio de Educación. (2018). *Acuerdo Nro. MinEduc-MinEduc-2018-00089-A*. [Archivo PDF]. <https://bit.ly/2sEnTFU>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicación. (2019). *Sociedad de la Información*. <https://bit.ly/35usnMI>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2017). *Indicadores y Estadística*. <https://bit.ly/2ZNHXlg>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (2019). *Por el Día Mundial de las Telecomunicaciones, MINTEL presentará su Estrategia "Ecuador Digital"*. <https://bit.ly/2FiOw5J>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (s.f.). *Ecuador Digital*. <https://bit.ly/2QP3x4L>
- Mollejo, V. (2018). *¡La tecnología al rescate! Cuatro vías para salvaguardar el medio ambiente*. <https://win.gs/2B1LYKk>
- Mon, E., y Cervera, G. (2013). Competencia digital en la educación superior: instrumentos de evaluación y nuevos entornos. *Enl@ ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10(3), 29-43. <https://bit.ly/34bJypl>
- Montel, C. (22 de noviembre de 2012). *La Educomunicación: Una estrategia pedagógica de ciudadanía crítica*. <https://bit.ly/2QockM1>
- Muñoz, M., Fraguero, M., y Ayuso, M. (2013). La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo. *EA, Escuela abierta: revista de Investigación Educativa*, 16, 91-104. <https://bit.ly/2XUVLL1>

- Moreno, A., y Parra, M. (2016). *Aprendizaje de TIC por parte del adulto mayor*. [Tesis de Grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. <https://bit.ly/3hCTxXR>
- Olid, E., Martín, R., Bruquetas., C., y Blanco, J. (2016). Limitaciones y oportunidades para la actividad en la vejez. *Fomento del Envejecimiento Activo y Saludable, a través de las Soluciones Digitales*. <https://bit.ly/2WGQyWK>
- Organización Mundial de la Salud. (2015). *Informe Mundial Sobre el Envejecimiento y la Salud* [Archivo PDF]. <https://bit.ly/2SZredr>
- Organización Mundial de la Salud. (2015b) *¿Qué repercusiones tiene el envejecimiento mundial en la salud pública?* <https://bit.ly/35hZkvC>
- Organización de las Naciones Unidas. (2020). *Envejecimiento*. <https://bit.ly/3gali8n>
- Organización Mundial de la Salud. (2006). *Hoja informativa* [Archivo PDF]. <https://bit.ly/2QqvnVK>
- Orozco, G., Navarro, E., y García, A. (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias. *Comunicar*, 21(38), 67-74. <https://bit.ly/2tzmRe7>
- Ortiz, J., y Castro, M. (2009). Bienestar psicológico de los adultos mayores, su relación con la autoestima y la autoeficacia: Contribución de enfermería. *Ciencia y enfermería*, 15(1), 25-31. <https://bit.ly/36OxVnz>
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, 8(4), 25-30. <https://bit.ly/3gWOiIT>
- Padilla Carmona, M. T., Suárez Ortega, M., y Sánchez García, M. F. (2016). Inclusión digital de los estudiantes adultos que acceden a la universidad: análisis de sus actitudes y competencias digitales. *Revista Complutense de Educación*, 27 (3), 1229-1246. <https://idus.us.es/handle/11441/49756>

- Paredes Pérez, F. (2016). *El desarrollo de competencias mediáticas en los adultos mayores* [Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil]. <https://bit.ly/3kLDdX9>
- Parrilla, E., (2008). Alteraciones del lenguaje en la era digital. *Comunicar*, 15(30), 131-136. <https://bit.ly/3gYUY33>
- Pérez, F. (2006). *Redes del conocimiento como vehículo para el desarrollo* [Discurso principal]. Congreso Nacional del Medio Ambiente. Madrid, España. <https://bit.ly/377BNQA>
- Prensky, M. (2001). Nativos e Inmigrantes Digitales. *Cuadernos SEK 2.0.* <https://bit.ly/2FIAxPT>
- Quevedo, R., y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de psicodidáctica*, 14, 5-39. <https://bit.ly/35qJbUw>
- Quintero, C. (2010). Enfoque ciencia, tecnología y sociedad (CTS): perspectivas educativas para Colombia. *Zona próxima*, 12, 222-239. <https://bit.ly/3hO8NSK>
- Relaño, A. (2011). Consumidores digitales, un nuevo interlocutor. *Distribución y consumo*. 116, 44-51. <https://bit.ly/2XYtymq>
- Rodríguez, Y., Oliva, J., Gil, A., y Hernández, R. (2008). Características biopsicosociales de los ancianos. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 12(1). <https://bit.ly/2PS4JEm>
- Rivera, D., Ugalde, C., González, C., y Carrión, G. (2016). Competencias mediáticas en el contexto educativo de Ecuador: resultados de Loja, Zamora y Cuenca, *La pantalla insomne*, 2366-2381. <https://bit.ly/3el2zYq>
- Robles, J. y Molina, O. (2007). La Brecha digital: ¿una consecuencia más de las desigualdades sociales? Un análisis de caso para Andalucía. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*. 13, 81-99. <https://bit.ly/39ELWoQ>

- Rodríguez F. (2010). *El consumo de la televisión en las personas mayores* [Discurso principal]. Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales. Sevilla, España. <https://bit.ly/2XY3MyA>
- Rodríguez, M., & Dolores, M. (2008). Alfabetización digital: el pleno dominio del lápiz y el ratón. *Comunicar*, 15(30): 137-146. <https://bit.ly/2PSO9o0>
- Rodríguez, C., Rivera, D., y Velásquez, A. (2020). *Las audiencias en el contexto digital*. Dykinson. <https://bit.ly/2DuWjjJ>
- Román-García, S., & Almansa-Martínez, A. (2016). Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales. *Comunicar*, 24(49), 101-109. <https://bit.ly/2CvaViC>
- Rubio, D., Rivera, L., Borges, L. & González, F. (2015). Calidad de vida en el adulto mayor. *Varona*, 61, 1-7. <https://bit.ly/2XZPZry>
- Rivera, D., Velásquez, A., y Celly, S. (2015). *Competencias mediáticas audiovisuales y entornos digitales en adolescentes. Caso de estudio instituciones de educación secundaria de Loja y Zamora, Ecuador* [Discurso principal] CISCI 2015-Décimo Cuarta Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática, Décimo Segundo Simposium Iberoamericano en Educación, cibernética e Informática, SIECI 2015. Florida, Estados Unidos. <https://bit.ly/2Vb0Q0i>
- Rivera, D., Velásquez, A., Marín, I., Mier, C., y Celly, S. (2015). *Competencias mediáticas en el sur del Ecuador*, en F. Peinado (Coord.) Formación, perfil profesional y consumo de medios de alumnos en Comunicación (vol. 77, pp. 41-50). Sociedad Latina de Comunicación Social. <https://bit.ly/2XZXBdw>
- Salazar, M. (Comunicación personal, 10 de junio de 2020). Coordinadora zonal del Ministerio de Educación.

- Sales, N. (2018). *El poder de la audiencia social*. <https://bit.ly/2STaJ2d>
- Sánchez, A., y Castro, D. (2013). Cerrando la brecha entre nativos e inmigrantes digitales a través de las competencias informáticas e informacionales. *Apertura*, 5 (2), 6-15. <https://bit.ly/2zQAWYm>
- Sánchez, J., González, M., & Sánchez, M. (2012). La Sociedad de la Información: Génesis, Iniciativas, Concepto y su Relación con Las TIC. *Revista UIS*, 11(1), 113-128. Recuperado de: <https://bit.ly/2sDuJLT>
- Salaverría-Aliaga, R. (2009). *Los medios de comunicación ante la convergencia digital* [Archivo PDF]. <https://bit.ly/2C06U5D>
- Secretaría Técnica Plan Toda Una Vida, (s.f). *Misión Mis Mejores Años*. <https://bit.ly/2ucbk4O>
- Sierra, C. (2013). La educación virtual como favorecedora del aprendizaje autónomo. *Revista Panorama*, 5(9), 75-87. <https://bit.ly/3dpvGIM>
- Tirado, R., Hernando, A., García, R., Santibáñez, J., y Marín I. (2011). La competencia mediática en personas mayores. Propuesta de instrumento de evaluación, *Icono* 14, 10(3), 134-158. <https://bit.ly/2FmV3we>
- Tyner, K. (2008). Audiencias, intertextualidad y nueva alfabetización en medios. *Comunicar*, 30, 79-85. <https://bit.ly/2NEZMNU>
- UNESCO. (2019). *Alfabetización*. <https://bit.ly/36pYL4e>
- Valdivieso, T. (2016). *Modelo de estándares de competencias digitales para los docentes de educación básica del cantón Loja (Ecuador)* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. <https://bit.ly/2ZW8K0U>

- Velásquez, A. (2015). *Consumo y Uso de Medios de Comunicación de jóvenes universitarios ecuatorianos en tiempos de convergencia* [Tesis de Doctorado, Universidad Santiago de Compostela]. <http://hdl.handle.net/10347/15340>
- Velásquez, A., Renó, D., Beltrán, A., Maldonado, J., y Ortiz, C. (2018). De los mass media a los medios sociales: reflexiones sobre la nueva ecología de los medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 583-594. <https://bit.ly/2NfCC0z>
- Velásquez, A., Rodríguez, C., y Suing, A. (2018). Jóvenes y cultura digital ¡Siguen los cambios y sin miedos!, *Chasqui*, 137, 33-37. <https://bit.ly/3hKNNMI>
- Velásquez, A., Sanmartín, Mier, C., y Coronel, G. (2016). Millennials: uso y consumo de pantallas en Ecuador, en J. Rúas (Coord.). *De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor* (pp. 519-533). XESCOM.
- Velásquez, A., Mier, C., Rivera, D. y Carrión, G. (2019). La Competencia Lenguaje en estudiantes y docentes de Ecuador en J. Salido, y P. Salido, (Coord.). *La competencia lingüística en la comunicación: visiones multidisciplinares y transversalidad* (pp. 41-50). Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha. <https://bit.ly/31MAJzq>
- Vilte, D., Saldaño, V., Martín, A., y Gaetán, G. (2013). *Evaluación del uso de redes sociales en la tercera edad* [Discurso principal]. Conferencia presentada en el I Congreso Nacional de Ingeniería Informática y Sistemas de Información, Córdoba, Argentina.
- Villon, E. (2016). *El Censo*. <https://bit.ly/2Qn90k4>
- Zárate, J. (Comunicación personal, 9 de abril de 2019). Coordinador general de la Prefectura de Loja.
- Zavala, M., Vidal, D, Castro, M., Quiroga, P., y Klassen G. (2006). Funcionamiento social del adulto mayor. *Ciencia y Enfermería*, 12(2), 53-62. <https://bit.ly/2rWBEzI>

- Zapata, H. (2001). Adulto mayor: participación e identidad. *Revista de psicología*, 10(1), 189-197. <https://bit.ly/2PTxMra>
- Castañeda, M., Cabrera, A., Navarro, Y., y Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS*. EdiPUCRS. <http://www.pucrs.br/edipucrs/spss.pdf>
- Cerezo, P. (30 de junio de 2016) Medios líquidos para usuarios hiperconectados. <https://bit.ly/3anu96l>
- Zemke, R., Raines, C. y Filipczak, B. (2013). *Generations at work: Managing the clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the workplace*. Kindle Edition de AMACOM.
- Marshall, J. (2004). Managing different generations at work. *Financial Executive*, 20(5), 18-19.
- Kupperschmidt, B. R. (1998). Understanding generation X employees. *Journal of Nursing Administration*, 28(12), 36-43. <https://bit.ly/3aq7p5v>
- Almeida, M. (2012). *Trayectoria profesional de la generación de los "Baby boomers"* Universidad Andina Simón Bolívar.
- Díaz, S. C., López, L. M. y Roncallo, L. L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, X y Millennials. *Clío América*, 11(22), 188-204. <https://bit.ly/3apv71H>
- Fingerman, K., Pillemer, K., Silverstein, M., & Sutor, J. (2012). The baby boomers' intergenerational relationships. *The Gerontologist*, 52(2), 199-209. <https://bit.ly/3q0uCMK>
- Leach, R., Phillipson, C., Biggs, S., & Money, A. (2008). Sociological perspectives on the baby boomers: an exploration of social change. *Quality in Ageing and Older Adults*, 9(4), 19-26. <https://bit.ly/2FioFy4>

Smola, K. y Sutton, C. D. (2002). Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of organizational behavior*, 23(4), 363-382.

<https://bit.ly/2PTBYao>

O'Bannon, G. (2001). Managing our future: The generation X factor. *Public Personnel Management*, 30(1), 95-110. <https://bit.ly/3kHNzYd>

Roberts, J. A. y Manolis, C. (2000). Baby boomers and busters: an exploratory investigation of attitudes toward marketing, advertising and consumerism. *Journal of Consumer Marketing*, 17(6), 481-497. <https://bit.ly/31QDY91>

Olazabal, I. (Dir.) (2009). *Que sont les baby-boomers devenus? Aspects sociaux d'une génération vieillissante*. Éditions Nota Bene. <https://bit.ly/31QkT6S>

Harald, Künemund. (2006). Changing Welfare States and the "Sandwich Generation" : Increasing Burden for the Next Generation?. *International Journal of Ageing and Later Life*. 1. <https://bit.ly/3gYrFhd>

Apéndice

Apéndice 1:

Cuestionario de competencias mediáticas en adultos mayores

El proyecto de Investigación **COMPETENCIAS DIGITALES EN EL ADULTO MAYOR. UNA PROPUESTA DE VALORACIÓN DE LOS PROCESOS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN LA PROVINCIA DE LOJA**, es propuesto por Eduardo Vicente Loaiza Lima, estudiante de la Maestría en Investigación de la Comunicación, Mención Cultura Digital de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

El cuestionario es una adaptación a la población del Ecuador y particularmente de la provincia de Loja, de acuerdo con las características sociodemográficas propias del entorno y a las características socioeconómicas del país, cuyo objeto es determinar el estado actual de las competencias digitales y los procesos de alfabetización digital en adultos mayores de 65 años en adelante, a través de un abordaje del fenómeno en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga como caso de estudio.

Lo invitamos a realizar este cuestionario que no le ocupará mucho tiempo. Muchas gracias por su colaboración.

Hora de comienzo del formulario: _____ **Tiempo de formulario:** _____

1. Cantón:

Seleccione una opción:

- () Loja.
- () Saraguro.
- () Catamayo.
- () Gonzanamá.
- () Calvas.
- () Quilanga.
- () Espíndola.
- () Sozoranga.

- () Macará.
- () Celica.
- () Zapotillo.
- () Pindal.
- () Puyango.
- () Paltas.
- () Olmedo.
- () Chaguarpamba.

2. Edad:

Seleccione una opción:

- () 55-60.
- () 61-65.
- () 66-70.
- () 71-75.
- () 76-80.
- () Más de 80.

3. Sexo:

- () Hombre.
- () Mujer.

4. Nombre del centro en el que estudia o cursó estudios:

- () Estudios primarios.
- () Estudios secundarios.
- () Instituto Pedagógico de Cariamanga.
- () Universidad Técnica Particular de Loja.
- () Universidad Nacional de Loja.
- () Escuela Politécnica Ecológica de Cariamanga.
- () Otra respuesta:

5. Situación laboral:

- () Empleado público.
- () Empleado en empresa privada.
- () Empresario.
- () Jubilado.
- () Desempleado.
- () Amo / Ama de casa.

6. Estado civil

- () Soltero/a.
- () Casado/a.
- () Viudo/a.
- () Divorciado/separado.
- () Indique cualquier otra situación:

7. Nivel de ingresos brutos mensuales en su unidad familiar.

- () Menos de 600 dólares.
- () De 601 a 1200 dólares.
- () De 1201 a 1800 dólares.
- () De 1801 a 2400 dólares.
- () De 2401 a 3000 dólares.
- () Más de 3000 dólares.
- () No tengo ingresos.

8. Número de personas que conviven en el hogar

- () Vivo solo/a.
- () Dos.
- () Tres.

- () Cuatro.
() Más de cuatro.

9. Nivel de estudios

- () Sin estudios.
() Estudios primarios.
() Estudios secundarios.
() Estudios universitarios.

10. Los conocimientos en medios de comunicación y tecnologías los he adquirido a través de (puedes elegir varias opciones)

- () Autodidacta
() Ayuda de compañeros o amigos
() Conferencias
() Talleres / Congresos
() Cursos específicos
() En mis estudios preuniversitarios
() En mis estudios universitarios
() Otra respuesta

11. En caso de que utilice internet. ¿Para qué lo hace?

Indique sólo una opción

- () No utilizo internet.
() Búsqueda o consulta de información en Webs.
() Comunicarme con amigos, colegas u otras personas.
() Compro/reservo productos/servicios.
() Consultas de bancos.
() Leer noticias.
() No sabe/no contesta.

() Alguna vez a la semana. () Alguna vez al mes.

() De vez en cuando. () Nunca.

Lectura de prensa-papel:

() Diariamente. () Alguna vez a la semana.

() Alguna vez a la semana. () Alguna vez al mes.

() De vez en cuando. () Nunca.

Cine y/o teatro:

() Diariamente. () Alguna vez a la semana.

() Alguna vez a la semana. () Alguna vez al mes.

() De vez en cuando. () Nunca.

Lectura de libros:

() Diariamente. () Alguna vez a la semana.

() Alguna vez a la semana. () Alguna vez al mes.

() De vez en cuando. () Nunca.

Comprar por internet:

() Diariamente. () Alguna vez a la semana.

() Alguna vez a la semana. () Alguna vez al mes.

() De vez en cuando. () Nunca.

Banca electrónica:

() Diariamente. () Alguna vez a la semana.

() Alguna vez a la semana. () Alguna vez al mes.

() De vez en cuando. () Nunca.

15. ¿Con qué aplicaciones informáticas ha trabajado?

Indique sólo una opción.

() Ninguna.

() Hojas de cálculo.

() Correo electrónico.

() Word / Open Office.

- () Editor de vídeo (Movie Maker).
 () Photoshop, Picasa.
 () Messenger.
 () Facebook
 () No sabe / No contesta.

16. Indica el grado de conocimiento que tienes de los siguientes recursos (1=menor grado a 4= mayor grado):

Facebook:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Twitter:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Instagram:

() 1. () 2. () 3. () 4.

YouTube:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Google:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Editores de blogs (Blogger, Wordpress):

() 1. () 2. () 3. () 4.

Editores de páginas web:

() 1. () 2. () 3. () 4.

17. Señale si ha realizado alguna de estas actividades (Poner: con frecuencia, alguna vez, nunca):

Participación en Wikipedia:

() Con frecuencia. () Alguna vez. () Nunca.

Creación de un blog:

() Con frecuencia. () Alguna vez. () Nunca.

Subida de archivos a Youtube:

() Con frecuencia. () Alguna vez. () Nunca.

Participar en un foro digital:

() Con frecuencia. () Alguna vez. () Nunca.

Participar en un chat:

() Con frecuencia. () Alguna vez. () Nunca.

Participar en Facebook:

() Con frecuencia. () Alguna vez. () Nunca.

18. Respecto a los mensajes de los medios, indica tu grado de acuerdo con estas afirmaciones (1=menor grado de acuerdo a 4= mayor grado de acuerdo):

Comprendo la información que transmiten las imágenes:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Comprendo la información que transmiten las palabras:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Comprendo la información que transmiten la música y los sonidos:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Comprendo las relaciones que se establecen entre los diferentes lenguajes y códigos para producir significados:

() 1. () 2. () 3. () 4.

19. Identifico la ideología que quiere trasmitirse a través de una creación o producto mediático:

() Nunca.

() En ocasiones.

() Habitualmente.

() Siempre.

20. Para crear su propia opinión de las noticias, acontecimientos ¿Qué hace?

() Recurro a mis medios habituales de comunicación (televisión, prensa, radio).

() Recurro a mis medios habituales, pero también trato de buscar información en otros medios de comunicación que considero fiables.

() No hago nada.

21. ¿Alguna vez se ha puesto en contacto con un programa de TV, radio, prensa, revista o página web?

() No.

() Sí.

22. Antes de introducir sus datos personales (tarjeta de crédito, correo electrónico, teléfonos, etc.) en internet, a la hora de hacer una compra, descargarse algún programa, o registrarse en un servicio electrónico ...

() Me dejo llevar por el aspecto profesional del sitio.

() Confío en mi instinto personal.

() Busco comentarios de pares.

() No confiaría en ningún sitio.

() No haría ningún juicio.

23. ¿Se ha cuestionado alguna vez si se le ocultaba parte de una información?

() Sí.

() Nunca.

24. Valore su participación en temas sociales y/o políticos

(1=menor valor a 4=mayor valor):

Colaboro con ONGs:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Participo en debates sobre temas de interés político o social:

() 1. () 2. () 3. () 4.

Participo en concentraciones solidarias a través de las redes:

() 1. () 2. () 3. () 4.

25. A nivel de aspectos formales o estéticos ¿Ha rechazado algún medio por no tener un mínimo de calidad estética?

() No.

() Sí.

26. ¿Considera que un mismo mensaje puede ser más o menos efectivo / eficaz si se refuerzan los aspectos estéticos?

() No.

() Sí.

GRACIAS

Apéndice 2:**FICHA
FOCUS GROUP ADULTOS MAYORES****INVESTIGACIÓN SOBRE COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN ADULTOS MAYORES**

Abril 2020

Responsables:

Eduardo Vicente Loaiza Lima

Antecedentes:

Dentro del proyecto “Competencias digitales en el adulto mayor. Una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja” los objetivos se centran en determinar el estado actual de las competencias digitales y los procesos de alfabetización mediática en adultos mayores de 65 años en adelante, a través de un abordaje del fenómeno en los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga como caso de estudio.

Nuestra investigación se desarrollará en la provincia de Loja. Considero que es indispensable que conozcamos el nivel de competencia mediática de los adultos mayores que habitan en esta parte del país. Es un requisito indispensable para la obtención del título de Magister en Comunicación, Mención en Investigación y Cultura Digital, que además contribuirá a la reducción de la denominada brecha digital.

Actualmente estamos involucrados en las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Al punto de que el Gobierno Nacional ha desarrollado varias estrategias para el desarrollo de la inclusión de los adultos mayores en el uso competente de las TIC.

La competencia mediática comporta el dominio de conocimientos, destrezas y actitudes relacionados con seis dimensiones básicas. Los indicadores de competencias mediáticas tendrán que ver con el ámbito de participación como personas que reciben mensajes e interaccionan con ellos (ámbito del análisis) y como personas que producen mensajes (ámbito de la expresión). Así, queremos conocer las seis dimensiones que tienen las competencias

mediáticas según los profesores Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012): lenguaje, tecnología, recepción e interacción, programación y producción, ideología y valores y estética. Como Región Sur tenemos ciertas características culturales y de lenguaje propias que nos identifican, por ello es importante investigar las competencias mediáticas. Los cambios que se están produciendo a nivel mundial en el entorno comunicativo durante las últimas décadas obligan a revisar los parámetros desde los que se ha de impartir la educación mediática que en Ecuador está en sus inicios.

Queremos contribuir con una investigación que ayude a desarrollar la capacidad de análisis de los actores en los mensajes audiovisuales desde la perspectiva del sentido y la significación. Y se pretende compaginar tanto la revolución tecnológica con la inclusión de los adultos mayores en los procesos comunicacionales a partir de los avances tecnológicos, asumiendo los cambios producidos en la concepción de la mente humana, sobre todo en lo referente al peso de las emociones y del inconsciente sobre los procesos razonados y conscientes.

Objetivos:

- Conocer el nivel de competencias digitales de los adultos mayores de los cantones, Calvas, Gonzanamá y Quilanga, como objeto de estudio.
- Tener una valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja.

Técnicas de investigación:

- Focus Group (adultos mayores).

FOCUS GROUP ADULTOS MAYORES

Objetivo:

- Conocer el nivel de competencias digitales de los adultos mayores de los cantones, Calvas, Gonzanamá y Quilanga, como objeto de estudio.
- Tener una valoración de los procesos de alfabetización mediática en la provincia de Loja.

Lugar:

Cariamanga.

Fecha de Realización:

Martes 20 de mayo de 2020.

Hora:

10H00

Número de Participantes:

6 a 8.

Persona de contacto:

Jubilados y adultos mayores de los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga.

Actividades por realizar:

- Reservar una sala con capacidad para 12 personas.
- Verificar todo el material que se detalla en logística.
- Realizar las invitaciones a los jubilados y adultos mayores.

Perfil de los participantes:

- Jubilados, docentes, padres y madres de familia, adultos mayores de organizaciones sociales.

Edad:

- 60 años en adelante.

Logística:

- Cámara de video

- Grabador de audio
- Recuerdo para participantes
- Coffee Break (de ser posible)
- Tabla para anotar
- Computador con conexión a Internet

Recursos Humanos:**Moderador:**

Andrea Velásquez

Anotador:

Eduardo Loaiza.

Temas que abordar:

- Acceso a Internet.
- Acceso a la tecnología.
- ¿Qué piensan sobre el desarrollo tecnológico?
- Conocimiento en general de los medios de comunicación.
- Conocimiento de las TIC y las redes sociales.
- Procesos de alfabetización.
- Situación socioeconómica.

Esquema propuesto de preguntas:

1. ¿Qué tan importantes son las TIC para el desarrollo de la sociedad?
2. ¿Qué piensan ustedes de los cambios que se viven actualmente en la sociedad?
(medios internet)
3. ¿Considera usted que las TIC permiten a los adultos mayores mejorar su condición de vida?

Tecnología:

1. ¿Utilizan ustedes frecuentemente el computador y el internet?
2. ¿Poseen un Smartphone o teléfono inteligente?

3. ¿Utiliza usted redes sociales?

Lenguaje:

1. ¿Tiene conocimiento del lenguaje que se utiliza para comunicarse a través de medios digitales?
2. ¿Están familiarizados con las expresiones textuales de las redes sociales? (emoticones, palabras cortas)

Recepción e interacción:

1. ¿Conocen de las regulaciones que existen en nuestro país sobre los medios de comunicación?
2. ¿Se considera crítico de los medios?
3. ¿Por qué es importante conocer los nuevos medios de comunicación?

Programación y producción:

1. ¿Creen importante tener acceso a todos los medios de comunicación?
2. ¿Conocen ustedes si existe alguna asociación u organismo nacional al que acudir cuando un usuario percibe algo insultante, injurioso, delictivo en televisión, radio o Internet?
3. ¿Conocen cómo actualizar los permisos sobre privacidad en redes sociales?

Ideología y valores:

1. ¿Creen ustedes que los medios de comunicación influyen en los procesos de inclusión de los adultos mayores?

Estética:

1. ¿Usted sigue los medios de comunicación por su aspecto estético?

Apéndice 3:**CUESTIONARIO:**

Entrevista a expertos para tesis de Maestría “Competencias digitales en el adulto mayor. Una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización digital en la provincia de Loja”.

Estimado/a Profesor/a:

Un fraterno saludo y gracias por brindarme su valioso tiempo. Acudo ante usted no de forma casual, pues estoy realizando la tesis de maestría “Competencias digitales en el adulto mayor. Una propuesta de valoración de los procesos de alfabetización digital en la provincia de Loja” y dentro de la metodología se requiere conocer a profundidad el criterio de los expertos en el tema.

Entonces, para establecer las preguntas he leído su posición frente a cada una de las interrogantes de la tesis, sin embargo, necesito su importante criterio para poder desarrollar con éxito la presente investigación.

Nombre del investigador experto:

Universidad:

1. ¿Qué implica las competencias digitales? Concepto y definición.

Explicación de la pregunta 1. Existen varias investigaciones que han desarrollado conceptos de alfabetización mediática y competencias digitales, lo que permite conceptualizar y definir con facilidad estos términos. Lo que necesitamos del experto es conocer la esencia de cada término para verificar si ha evolucionado y si es necesario redefinirlo.

2. ¿Cómo analizar las competencias digitales, desde la perspectiva del desarrollo tecnológico y la cultura mediática?

Explicación de la pregunta 2. El desarrollo tecnológico, es un proceso globalizador en el que estamos todos inmersos. Necesitamos conocer del experto un criterio que nos permita visualizar un proceso de inclusión mediática de los adultos mayores.

- 3. El Internet está presente en todos los espacios. ¿Cuáles son los escenarios propicios para impartir conocimientos sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), a los adultos mayores?**

Explicación de la pregunta 3. Debemos definir qué actividades podemos generar, y necesitamos puntualizar cuáles son los retos de la academia y los sectores que se involucran en los programas de alfabetización digital. Solicito al experto considere recomendar espacios para desarrollar alfabetización mediática.

- 4. ¿Qué se debe proponer metodológicamente para que los adultos mayores puedan desarrollar sus competencias mediáticas?**

Explicación de la pregunta 4. Con el acelerado desarrollo tecnológico y de convergencia mediática, debatir sobre procesos metodológicos es fundamental. Entonces, necesitamos perfeccionar una metodología que nos permita incluir a los adultos mayores en los medios sociales y las tecnologías.

- 5. ¿Cómo debería ser el modelo de inclusión de los adultos mayores en los procesos de alfabetización digital, con el objetivo de convertirlos en individuos digitalmente competentes?**

Explicación de la pregunta 5. Para que la investigación tenga éxito, esta pregunta es muy importante, aquí podremos determinar cuáles son las responsabilidades y los procesos que debemos seguir para incluir a los adultos mayores en el manejo adecuado de las tecnologías. El objetivo de esta pregunta es que el experto haga conocer desde su experiencia que elementos necesitamos para implementar procesos de alfabetización en adultos mayores.

- 6. ¿En la actualidad, los procesos de alfabetización digital en que benefician a nuestra sociedad?**

Explicación de la pregunta 6. Partiendo de que la educación es un derecho universal, solicito al experto, exponer desde su experiencia un concepto que vaya más allá de la inclusión de los adultos mayores en los procesos de TIC, y que oriente la necesidad profunda de levantar programas educomunicativos.

7. Con relación a Latinoamérica. ¿Cómo observa usted el nivel de competencias digitales en adultos mayores?

Explicación de la pregunta 7. El objetivo de esta pregunta es conocer que piensan los expertos sobre las investigaciones desarrolladas en Latinoamérica, por eso hemos solicitado su aporte, ya que conocemos de su trayectoria en el desarrollo de la investigación educomunicativa.

8. ¿Desde su experiencia, qué instituciones u organizaciones deberían asumir la responsabilizar de emprender en proyectos de alfabetización digital en adultos mayores?

Explicación de la pregunta 8. En el Ecuador existen instituciones responsables de integrar a los grupos vulnerables en los proyectos sociales del Gobierno, asimismo, el Ministerio de Educación es responsable de los procesos de alfabetización. Entonces, solicito al experto un criterio para establecer un programa institucional de alfabetización mediática e inclusión de las personas de la tercera edad.