

Tercera edad y nuevas tecnologías – Caso de estudio: Loja Ecuador

Eduardo V. Loaiza-Lima

Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Técnica Particular de Loja
Loja, Loja 110107-7, Ecuador

Andrea V. Velásquez-Benavides

Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Técnica Particular de Loja
Loja, Loja 110107-7, Ecuador

RESUMEN

Las TIC han cambiado la manera en la que nos comunicamos y aprendemos, sin embargo, se las sigue usando con los mismos arquetipos de los medios tradicionales.

Para alcanzar el estado de *Sociedad de la Información* es necesario que todos los miembros de la comunidad tengan la capacidad de utilizar las TIC de manera básica, sin embargo, aquellas personas pertenecientes a la tercera edad son quienes menos acceso tienen a las mismas debido a la brecha digital entre nativos, migrantes y analfabetos digitales, además de otros factores como falta de experiencia, neuroplasticidad, accesibilidad, predisposición y pérdida de autonomía.

Ecuador es un país en buena parte rural, cuya población está en su mayoría en el rango de clase media y baja, lo cual dificulta la llegada de Internet y TIC a ciertos lugares; esto representa un reto en sí mismo pero el mayor desafío es la falta de programas de Educomunicación para la población mayor, siendo estos olvidados tanto por la academia como por los organismos gubernamentales, por lo tanto, el objetivo de este trabajo es evidenciar el estado del uso de las TIC en los adultos mayores de la provincia de Loja.

Palabras Claves: Educomunicación, tercera edad, Internet, TIC, Ecuador.

INTRODUCCIÓN

Internet es una tecnología que cambió por completo todas las esferas de la sociedad, y a pesar de que ya lleva acompañando al ser humano por más de veinte años, aún hoy no se alcanza a identificar el alcance de los cambios que provocó en la sociedad.

A partir de la década de 1990, el desarrollo de internet provocó que se popularice el término de *sociedad de la información* para describir el contexto actual, puesto que esta premisa señala que la estructura central de la nueva economía está basada en el conocimiento, y la sociedad se basará en la Información [1].

Internet es un medio polifacético: tanto como influye en la comunicación, influye en el trabajo, el estudio y la socialización, por lo que es necesario desarrollar dos habilidades básicas para poder manejar las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) de manera responsable y segura: la competencia mediática y la competencia digital.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son herramientas que permiten a los usuarios comunicarse, colaborar entre sí, crear y difundir contenidos al tiempo que motivan la participación de las personas en tiempo real [2], pero para manejarlas correctamente es importante definir qué es competencia mediática y qué es competencia digital para establecer la diferencia que existe entre ambas, la competencia digital es la capacidad técnica de uso de dispositivos de comunicación [3], mientras que la competencia mediática es la capacidad crítica para interactuar de manera autónoma con la información consumida [4].

Ambas competencias están interrelacionadas, porque el ser competente en materia digital no implica sólo tener un dispositivo digital y acceso a internet, sino que también la persona necesita capacidad para buscar información confiable e identificar y evitar peligros y estafas.

La carencia de ambas competencias se conoce como analfabetismo digital, el cual puede ser provocado por la brecha digital, que se trata de la desigualdad de acceso a nuevas tecnologías por parte de ciertos grupos humanos, sea esto por motivos económicos, sociales, geográficos, culturales, entre otros.

Una brecha digital importante es la que se produce entre los nativos digitales, los migrantes digitales y los analfabetos digitales. Si bien las brechas digitales no distinguen edad, generalmente los nativos digitales son aquellos niños, jóvenes y adultos que nacieron o compartieron gran parte de sus vidas con nuevas tecnologías, consiguiendo así adaptarse a ellas y sus modificaciones rápidamente; los migrantes digitales, en cambio, son adultos que tienen una mayor resistencia a la adopción de TIC debido a que estas o bien tuvieron una presencia menor en su vida, o no tienen la necesidad de usarlas la mayor parte del tiempo, por lo que tienen habilidades básicas -tanto técnicas como críticas- para usarlas, sin embargo no se pueden adaptar tan fácilmente a sus modificaciones, y los analfabetos digitales son las personas mayores o de la tercera edad, cuya vida se ha desarrollado sin el uso de herramientas digitales, y la adopción de estas durante la etapa madura es un proceso difícil.

Es importante destacar que hasta 2020 conviven cinco generaciones, las cuales son: *Tradicionalistas* (1928-1945: entre 75 y 92 años), *Baby Boomers* (1946-1964: entre 56 y 74 años), *Generación X* (1965-1980: entre 30 y 55 años), *Millennials* (1981-1996: entre 24 y 38) y *Centennials* (1997-2012: entre 8 y 23 años) [5].

En Ecuador, la tercera edad está definida desde los 65 años [6]. Esta sección, formada por *Tradicionalistas* y *Baby Boomers* es netamente migrante digital. No nacieron con nuevas tecnologías, y tienen dificultades para adaptarse a ellas; la *Generación X* está formada en su mayoría por migrantes, y sólo los más jóvenes pueden ser considerados nativos, mientras que los *Millennials* y *Centennials* son netamente nativos digitales.

TERCERA EDAD Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Las personas de 60 años y más de edad están consideradas como tercera edad y constituyen una proporción creciente a nivel mundial; el envejecimiento de la población está ocurriendo con rapidez en todo el mundo cada año [7]. Para el año 2025 se estima que existirán alrededor de 1 200 millones de ancianos[8] y la sociedad en general no está preparada para enfrentar este fenómeno, peor aún en lo que respecta a la alfabetización mediática de este grupo social.

Sus dificultades se pueden dividir en cuatro aspectos:

Falta de una experiencia previa similar

El aprendizaje es un proceso concatenado en el cual todo nuevo conocimiento va enlazado a un conocimiento inmediato anterior que facilite su entendimiento, pero en este caso, no existe una experiencia previa que ayude al adulto mayor a entender el proceso de manejo de nuevas tecnologías.

Neuroplasticidad

Conforme la edad avanza, cada vez es más difícil aprender cosas nuevas debido a la degeneración de las interneuronas colinérgicas gigantes del estriado, células nerviosas que intervienen en el proceso de aprendizaje y afectan la capacidad de adaptación [9].

Accesibilidad

Las personas mayores son uno de los grupos etarios con menor acceso a nuevas tecnologías, tanto por razones geográficas (un gran porcentaje viven en sectores rurales), por razones económicas (no tiene sentido gastar en una computadora o internet si sobreviven con muy pocos recursos al mes), usabilidad (a menos que el dispositivo sea personalizado -o manejado- por otra persona, el adulto mayor tendrá dificultades de visión, escucha o motrices propias de la edad) y el estereotipo de que las TIC son sólo para el estudio o para jóvenes.

Predisposición

La intención de uso de una tecnología se determina a partir de las percepciones sobre facilidad de uso y de utilidad [10]. Todos los individuos son únicos, y cada personalidad trae sus retos y fortalezas. La alfabetización digital durante la tercera edad depende en gran medida de la predisposición que el individuo tenga ante la idea de adoptar nuevas tecnologías y nuevos hábitos en general. La vejez trae consigo muchos estereotipos e ideas preconcebidas, sin embargo, aquellos con una mejor imagen de la vejez tienden a vivir más que los que llegan con una visión fatalista [11].

Pérdida de autonomía

El adulto mayor puede perder su autonomía por su proceso natural de envejecimiento, pero también porque la edad y las normas de convivencia del lugar en el que vive le imponen reglas y limitaciones de lo que significa la vejez y ser anciano,

limitando su inclusión plena a nuevas experiencias como las TIC.

Sin embargo, a pesar de estas dificultades, es importante garantizar el acceso del adulto mayor a las nuevas tecnologías, puesto que 1) el aprendizaje continuo ayuda a mantener la neuroplasticidad, mejorando su calidad de vida y 2) la alfabetización digital ayuda a enseñarles el consumo crítico y responsable de las nuevas tecnologías. Ambos aspectos facilitan su integración a la sociedad y lo ayudan a mejorar aspectos personales como la autoestima.

La alfabetización mediática de toda la población es un paso que nos acerca a convertirnos en una *sociedad de la información*, la cual, según Castells [12], se define 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”.

Los adultos mayores actuales son la generación que ha experimentado prácticamente todos los medios de comunicación, desde el telégrafo hasta la computación, sin embargo, las poblaciones de edad avanzada tienden a tener una actitud pasiva ante los cambios, y reciben la formación que las generaciones jóvenes consideran pertinente.

Dadas las dificultades señaladas anteriormente, la población mayor es una parte de la población sensible, la cual, si bien conoció todos los medios de comunicación analógica y tradicional, no entiende a fondo en que consiste el cambio generado por internet. Lo cual no es una sorpresa puesto que ni siquiera las generaciones jóvenes entienden a fondo su alcance para todos los aspectos de la vida diaria. Si la alfabetización mediática es un reto aún en poblaciones jóvenes relegadas, obtener estas competencias se convierte en todo un desafío para el adulto mayor.

Para alcanzar una vejez sana es necesario dar oportunidades a los individuos durante todas las etapas previas de la vida, especialmente en una fase temprana [13].

Las mejoras constantes a la calidad de vida, entendida como un estado óptimo de bienestar [14], sanidad y jubilación junto a los cambios sociales, físicos y cognitivos del adulto mayor provocan el llamado *envejecimiento activo*, o proceso en el cual estos aspectos ayudan a aumentar la esperanza de vida y el bienestar, haciendo que los adultos mayores, al jubilarse, puedan continuar participando activamente en la comunidad [15]; Es aquí donde entra la alfabetización mediática, puesto que permite que los adultos mayores tengan una mayor independencia, sean productivos y mantengan relaciones sociales con sus amigos y familiares, mejorando su ánimo y autoestima, además de generar otros beneficios relacionados a la atención, la memoria, la inteligencia y el lenguaje.

La «alfabetización mediática» para la población mayor no se produce por «inmersión tecnológica», qué es la manera de enseñar a nuevas generaciones, sino que necesita políticas activas de desarrollo de habilidades mediáticas a través de programas y acciones. Es preciso superar la «resistencia al cambio», que tiende acentuarse con el transcurso de la edad [16].

TIC Y TERCERA EDAD EN ECUADOR

Ecuador es un país en vías de desarrollo y en los últimos años su población virtual ha crecido de manera considerable. Hasta enero de 2020, el informe Ecuador, Estado Digital señalaba que existen 13.8 millones de usuarios conectados, de un total de 17,46 millones de habitantes que tiene nuestro país, lo cual representa el 81.1% de la población actual [17].

También se hace conocer que 13 millones de ecuatorianos están en los medios o redes sociales, de los cuales 9.1 millones interactúan desde los dispositivos móviles o celulares [17].

Respecto al uso de teléfonos inteligentes, el 46% de la población mayor a cinco años tiene uno. Si se analiza el uso de smartphones de parte de adultos mayores, el 42% de aquellos de entre 55 a 64 años poseen uno, sin embargo esta cifra baja en aquellos mayores a 65 años, donde el uso de los mismos baja a un 18.9% [18].

En relación con el uso de redes sociales, tan sólo el 7% de usuarios de Facebook tiene más de 55 años de edad. Mientras que otros medios sociales como Instagram, registra un 4% de personas mayores a 55 años. En cambio, Twitter tiene en su plataforma al 11% 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 [17].

Como se puede apreciar por la baja cantidad de datos disponibles, en el caso de Ecuador, existe poca investigación e iniciativas para conocer el estado de uso de las TIC en mayores de 55 años y en el desarrollo de habilidades de manejo de las TIC en adultos mayores en general. La mayoría de las investigaciones y trabajos previos se han centrado en jóvenes y el aporte de las TIC a la educación básica y universitaria, dejando de lado a la tercera edad y la autoformación.

Sin embargo, alrededor del mundo existen distintas iniciativas que buscan convertir su población en *sociedad de la información*, y consecuentemente facilitar la transición de los adultos mayores al uso de las TIC. Un ejemplo es Finlandia, donde la asociación *Mukanetti* y la Universidad de Tampera tomaron la labor de enseñarles el uso de computador e internet [19].

Es importante destacar que la autoformación es un proceso que debería ser estructurado y fomentado no sólo en la tercera edad sino en todas las generaciones, porque en realidad, todas las generaciones lidian con obtener sus propias competencias bajo su propia responsabilidad a falta de programas educativos actualizados; esto genera que ciertas deficiencias se acentúen con el tiempo (sobre todo en lo relacionado a la competencia crítica) y que otras habilidades técnicas se generen de manera deficiente, y al momento de enseñar esas habilidades a otros (familia, amigos) estos vacíos se van acentuando y difundiendo [20].

METODOLOGÍA

La metodología seleccionada para el desarrollo de este trabajo es mixta: cuantitativa, a través de la aplicación de encuestas y su posterior análisis estadístico y cualitativo a través de la revisión bibliográfica y la recolección de datos documentales de

varias organizaciones gubernamentales que trabajan con adultos mayores.

La presente investigación tiene como propuesta presentar un diagnóstico inicial del estado de recolección la alfabetización mediática y digital de los adultos mayores en la provincia de Loja (Ecuador).

Según datos del INEC [21], hasta 2010, la provincia de Loja está habitada por 448.966 ciudadanos, si realizar distinción de edad y según los datos proporcionados por el IESS de 2019 [22] en toda la provincia existen 12.548 jubilados pensionistas.

Para este trabajo se ha sectorizado los cantones de Calvas, Gonzanamá y Quilanga, los cuales poseen 45.248 habitantes. Ya que no existen datos estadísticos de cantones sobre la distribución de jubilados, se determinó una muestra representativa a través de un censo realizado en los centros de atención al IESS de la ciudad de Carimanga, el MIES, y los comités de defensa de maestros jubilados.

Con estos antecedentes, se determinó una muestra de 150 participantes seleccionados de manera aleatoria. Así podemos garantizar diversidad de criterios al momento de establecer los resultados. “El proceso de muestreo que emplea esta técnica es equivalente a hacer un sorteo entre los individuos del universo” [23].

La encuesta aplicada este grupo se subdivide en cuatro secciones: datos demográficos, capacidades técnicas del uso de medios, capacidades críticas del consumo de medios y frecuencia de uso de TIC.

La encuesta constó de un cuestionario con 50 preguntas, de las cuales, por motivos de espacio, sólo se usarán las pertinentes para este trabajo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Aspectos demográficos

Para dar un contexto necesitamos analizar un análisis de la distribución de la población encuestada:

Se ha considerado seis grupos de adultos mayores para tener una mayor variedad de puntos de vista. Esto nos ayuda a identificar de mejor manera la realidad en la que los adultos mayores se desenvuelven al momento de tratar con TIC.

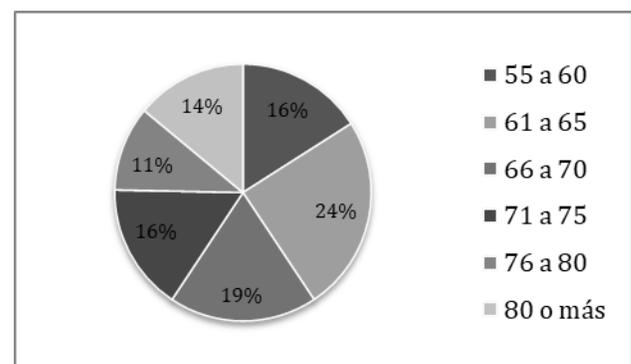


Figura 1. Encuestados según edad

El factor económico es un obstáculo importante que provoca la brecha digital. Un individuo puede carecer de medios para adquirir un dispositivo digital o la conexión a internet necesaria para mantenerlo. En este trabajo, los adultos mayores demuestran tener, en su mayoría, los medios para adquirir y mantener un dispositivo digital, sin embargo, existe falta de interés o conocimiento.

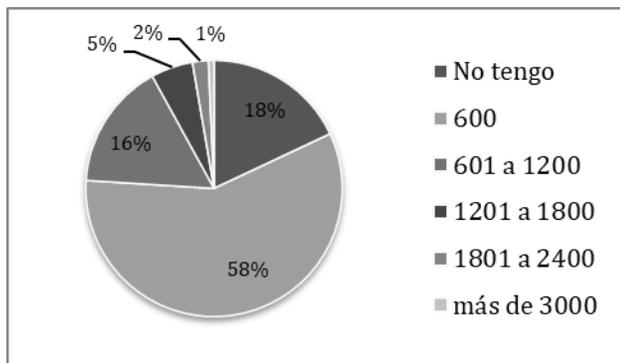


Figura 2. Encuestados según ingresos mensuales

Ese apartado permite observar que la mayoría de los adultos mayores no tiene en sus hogares personas allegadas que les enseñe o facilite el acceso a las TIC. Esto es una situación crítica para la alfabetización digital porque fuera de la familia, no existen programas de enseñanza del uso técnico y crítico de las TIC (Figura 3).

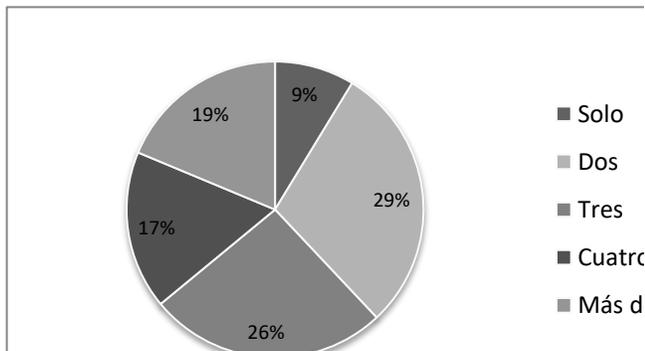


Figura 3. Encuestados según el tamaño de su familia

Habilidades técnicas

En este apartado se comparará las habilidades técnicas para el uso de TIC y medios de comunicación tradicionales.

En la figura 4 podemos apreciar un desconocimiento general del uso de medios de comunicación tradicionales. La prensa y la radio son la más equilibradas al ser las más accesibles, seguidas por la televisión. Estos tres medios son los favoritos al ser los más familiares y de fácil acceso y manejo.

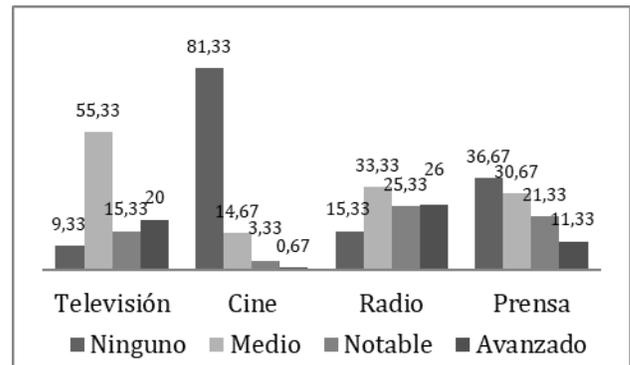


Figura 4. Habilidades técnicas relacionadas a medios tradicionales

Al llegar a la vejez, las personas pierden muchos espacios a partir de los cuales se relacionaban con otros, como su trabajo, sus hijos y el fallecimiento de sus coterráneos [24]. La comunicación mediada a través de las TIC puede influir favorablemente en el envejecimiento al facilitar el acceso a nuevos contextos enriquecedores [25]. Como se puede evidenciar, el *Smartphone* es el dispositivo más accesible para los adultos mayores, seguido de las redes sociales. Ambos son herramientas usadas para la comunicación con familiares y amistades. En el caso de videojuegos, no son una alternativa que les llame la atención.

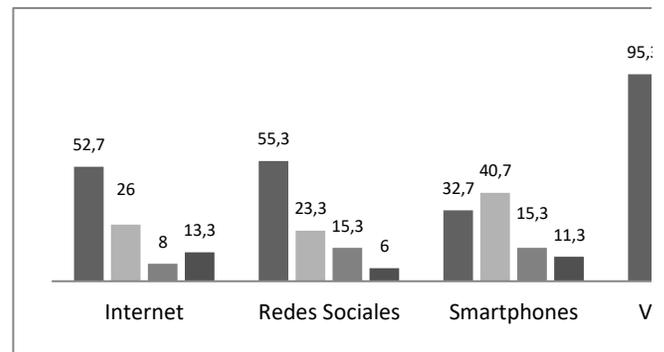


Figura 5. Habilidades técnicas relacionadas a las TIC

Habilidades críticas

Este apartado trata sobre el criterio al momento de consumir información, sea esta producida en medios tradicionales o digitales: la *alfabetización mediática*, que “ayuda a la gente a comprender, producir y negociar significados, en una cultura hecha de imágenes, palabras y sonidos”[26].

La persona, sea joven o mayor, necesita conocer qué información debería consumir, qué información puede creer, distinguir opiniones de noticias y noticias falsas, para nombrar algunos de los aspectos de este apartado.

Las imágenes son un medio de transmisión de información sencillo de consumir y comprender; respecto al texto, no hay mayores diferencias. En el caso de la música, los mensajes resultan más fuertes y dinámicos, por lo que puede ser usado como un motivador del aprendizaje, pero también requiere empatizar con el público objetivo, por lo que antes de generar el mensaje musical es necesario considerar el aspecto psicológico y cultural de la persona.

Determinar cuál es el medio de transmisión de información con el que las personas mayores se sienten cómodas es fundamental

para crear herramientas con las que puedan aprender a manejar las TIC, para que no sólo sean herramientas de entretenimiento, sino que permitan la participación del adulto mayor como ciudadano, actor cultural y miembro del grupo social en el que se desenvuelve [27].

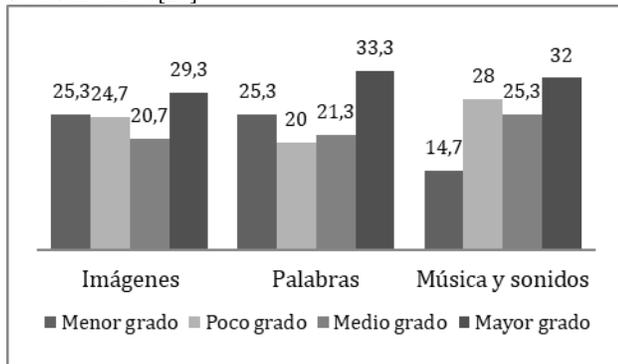


Figura 6. Nivel de comprensión de información

Los adultos mayores logran identificar las ideologías políticas de un medio con una frecuencia media. Es necesario profundizar estos conocimientos para que puedan juzgar mejor la información que consumen, agrupar sus ideas y poderlas reproducir de manera responsable.

Ningún medio puede ser enteramente imparcial, por lo que es necesario, en nombre de la ética, que siempre exprese de algún modo su ideología política y posición frente a distintos temas, esto, para que las personas tengan un criterio al consumir la información y sepan cómo esta puede estar parcializada. Generalmente, esto se hace en las editoriales de los medios [28], por lo que es necesario enseñar a los adultos mayores dónde pueden buscarla, y así generar un consumo responsable de información.

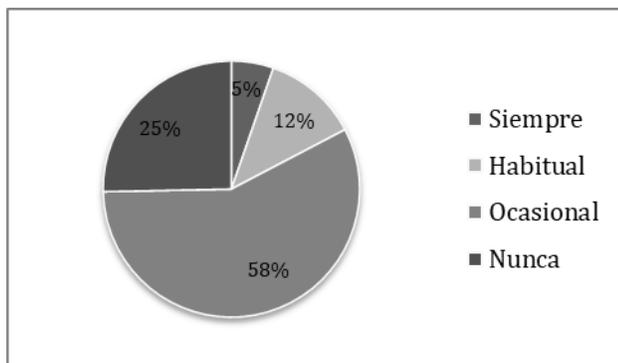


Figura 7. Identificación de ideologías

La información constituye un recurso que origina un espacio de contraste entre quienes la tienen y quienes no; por lo tanto, crea subsecuentemente oportunidades y desigualdades [29]. Con el desarrollo tecnológico y con la fluidez de la información, las noticias abundan y los informantes también, por lo que es necesario el crear un criterio por el cual una persona pueda decidir si la información que está consumiendo es fiable o no. Debido al fenómeno de las noticias falsas y que los adultos mayores sean sus principales víctimas, es imprescindible es establecer procesos educativos para poder elevar los niveles de competencia y así poder combatirlos.

Las noticias falsas, fake news o posverdad, son términos para definir información fraudulenta creada en línea con la intención

de provocar alarma e influir en la opinión pública. Es importante destacar que en la actualidad, es muy común usar redes sociales como Facebook como medio de comunicación, lo cual puede representar un riesgo, al no existir filtros que permitan detener el flujo de noticias falsas[29].

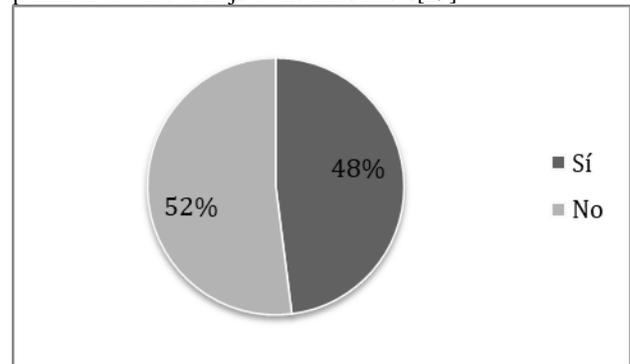


Figura 8. Cuestionamiento de información

Frecuencia de uso de las TIC

Las TIC ofrecen muchas posibilidades de interacción; la siguiente sección se enfoca en la frecuencia de uso de distintas herramientas:

En el caso de las herramientas web generales, los chats son las herramientas más utilizadas. Los adultos mayores ven las TIC como un medio de comunicación, y en su mayoría lo usan para satisfacer esta necesidad.

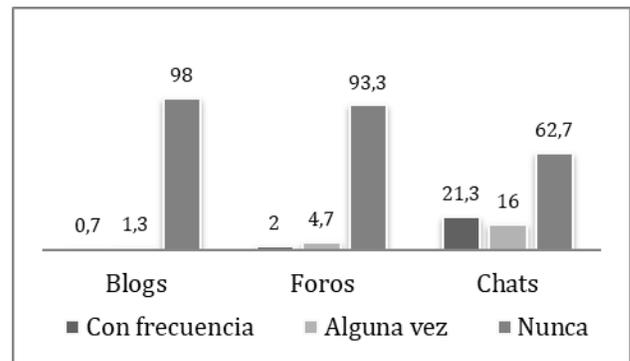


Figura 9. Frecuencia de uso de herramientas web.

La presencia de adultos mayores en las redes sociales es cada vez mayor, y Facebook es la red preferida, tanto por facilidad de acceso como por popularidad. Plataformas como YouTube no son llamativas para este grupo de edad. En el caso de YouTube se debería destacar su potencial como medio de comunicación y herramienta de autoformación.

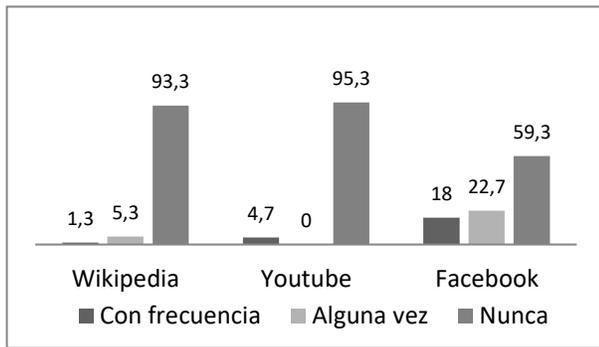


Figura 10. Frecuencia de uso de redes sociales

CONCLUSIONES

1. El aprendizaje constante es una actividad que mantiene activos a los adultos mayores y hasta cierto punto ralentiza los avances de la edad, por lo que es importante mantenerlo a lo largo del tiempo, sin embargo, existen varios obstáculos que impiden que los adultos mayores se desenvuelvan fácilmente.
2. La Educomunicación para adultos mayores aún debe ser fortalecida en Ecuador. No existen mayores iniciativas para incluir a los adultos mayores en la *sociedad de la información*, lo cual es una deficiencia importante si se considera la cantidad de conocimiento y experiencia que se está desperdiciando al descuidar este grupo humano
3. Las habilidades técnicas y críticas para el uso de las TIC son débiles en todos los grupos sociales, sin embargo, se nota más su deficiencia en el grupo de los adultos mayores. Es importante fortalecerlas para superar la brecha y el analfabetismo digitales, esto permitirá que la sociedad ecuatoriana se convierta en una *sociedad de la información*.
4. Los adultos mayores están más interesados en la comunicación con familiares y amigos, por lo que las iniciativas de Educomunicación pueden enfocarse en ese sentido para ganar su interés; iniciativas como la gamificación no son particularmente atractivas para este grupo de edad.
5. Las personas de la tercera edad poseen una mayor facilidad para el manejo de smartphones que de computadoras, por lo que se puede potenciar esta característica y buscar enseñar nuevas habilidades a través de teléfonos o tablets.
6. Los adultos mayores ecuatorianos desconocen el potencial de Internet como una herramienta de autoformación, es importante destacar esta característica porque puede ayudar a motivarlos a seguir estudiando o retomar un estudio abandonado, lo cual los puede ayudar a mejorar la percepción de sí mismos y sentirse una parte importante y productiva de la dinámica social.

REFERENCIAS

- [1] D. Bell, **The coming of post-industrial society; a venture in social forecasting**, New York: Basic Books, 1973.
- [2] C. Rodríguez-Hidalgo, D. Rivera-Rogel, y A. Velásquez, "Las audiencias en el contexto digital", **Tendencias de la**

Comunicación: El Ecosistema Mediático Contemporáneo

- [3] F. Mon, M. Cervera, "Competencia digital en la educación superior: instrumentos de evaluación y nuevos entornos", **Enl@ce**, Vol.10, No. 3, 2013, pp. 29-43.
- [4] J. Ferrés, **Comunicación personal**, Profesor titular en la Universidad Pompeu Fabra, 2019.
- [5] M. Dimock, "Defining generations: Where Millennials and Generation Z begins", **Pew Research Center**, 2019.
- [6] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, "La población adulto mayor en la ciudad de Quito: Estudio de la situación sociodemográfica y socioeconómica", **Ecuador en Cifras**, 2008.
- [7] M. Rodríguez, "La percepción de la persona adulta mayor en la sociedad ramonense actual", **Pensamiento Actual**, Vol. 8, No. 3, 2008, pp. 31-39.
- [8] P. Alonso, F. Sansó, A. Díaz-Canel, M. Carrasco, y T. Oliva, "Envejecimiento poblacional y fragilidad en el adulto mayor", **Revista Cubana de Salud Pública**, Vol. 33, No. 1, 2007.
- [9] E. Fuchs, & G. Flügge, "Adult Neuroplasticity: More than 40 years of research", **Neural Plasticity**, Vol. 2014, 2014.
- [10] A. Casamayou, M. Morales, "Personas mayores y tecnologías digitales: desafíos de un binomio", **Psicología, Conocimiento y Sociedad**, Vol. 7, No. 2, 2017, pp. 99-226.
- [11] C. Valarezo, "Adulto mayor: Desde una vejez biológica-social hacia un "nuevo" envejecimiento productivo", **Maskana**, Vol. 7, No. 2, 2016, pp. 29-41.
- [12] M. Castells, **La era de la información: economía, sociedad y cultura**, México D.F.: Editorial Siglo XXI, 1999.
- [13] V. Montes de Oca, "El envejecimiento en el debate mundial: reflexión académica y política", **Papeles de Población**, Vol. 35, 2003, pp. 79-102.
- [14] M. Vera, "Significado de la calidad de vida del adulto mayor para sí mismo y para su familia", **Anales de la Facultad de Medicina**, Vol. 68, No. 3, 2007, pp. 284-290.
- [15] A. Ramírez, N. González, y A. Sedeño, "La competencia mediática en la población mayor. Diagnóstico de la realidad española", **Signo y Pensamiento**, Vol. 36, No. 70, 2017, pp. 94-111.
- [16] H. Hernando, y A. Phillippi, "El desarrollo de la competencia mediática en personas mayores: una brecha pendiente", **Chasqui**, Vol. 124, 2013, pp. 11-20.
- [17] J. Del Alcázar, **Ecuador, Estado Digital**, Quito: Mentinno Innovation & Lifetime Value Partners, 2019.
- [18] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, "Encuesta de seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo: Indicadores de Tecnología de la información", **Ecuador en Cifras**, 2020.
- [19] S. Agudo, y M. Pascual, "Posibilidades formativas de las tecnologías de la información y comunicación en las personas mayores", **Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación**, No. 33, pp. 111-118.
- [20] D. Rivera-Rogel, **Libro Blanco. Competencias Mediáticas en Ecuador**, México D.F.: Pearson en español, 2019.
- [21] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, "Fascículo provincial Loja. Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador", **Ecuador en cifras**, 2010.
- [22] Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, "Programa del adulto mayor", **IESS**, s.f.
- [23] C. Ochoa, "Muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple", **Netquest**, 2015
- [24] C. Cardozo, A. Martín, y V. Saldaño, "Los adultos mayores y las redes sociales: analizando experiencias para

- mejorar la interacción”, **Informe Científico Técnico UNPA**, Vol. 9, No. 2, 2017, pp. 1-29.
- [25] L. Carvajal, E. Dulcey, y G. Mantilla, **Comunicación y envejecimiento Ideas para una política**, Bogotá: CEPESIGER, 2002.
- [26] R. Tirado, J. Hernando, R. García, J. Santibáñez, y I. Marín, “La competencia mediática en personas mayores: propuesta de un instrumento de evaluación”, **Icono 14**, Vol. 10, No. 3, 2012, pp. 134-158.
- [27] L. Abad, “La alfabetización digital como instrumento de e-inclusión de las personas mayores”, **Prisma Social**, No. 16, 2016, pp. 156-204.
- [28] V. García, y L. Gutiérrez, **Manual de géneros periodísticos**, Cundinamarca: Universidad de la Sabana, 2011.
- [29] H. Navarro, y E. Massana, “Consumo de contenidos en medios de comunicación por parte de personas mayores en Cataluña”, **Historia y Comunicación**, Vol. 20, No. 2, 2015, pp. 515-531.
- [30] N. Fernández-García, “Fake News: una oportunidad para la alfabetización mediática”, **Nueva Sociedad**, No. 269, 2017, pp. 66 – 77.

Esta investigación ha sido desarrollada dentro del Grupo Comunicación, Educación y Tecnología de la Universidad Técnica Particular de Loja; con la Maestría en Comunicación, mención Investigación y Cultura Digital del Departamento de Ciencias de la Comunicación-UTPL.