

# El público adulto mayor y las nuevas tecnologías. Revisión de la cobertura informativa en prensa digital de habla hispana durante el COVID-19

## *The elderly person and new technologies. Review of the hispanic digital press coverage during the Covid-19*

Luz María Flores Cabello

Universidad de San Martín de Porres

lfloresc@usmp.pe

**Resumen:** Análisis de la cobertura informativa del uso de las tecnologías de la información y la comunicación por el adulto mayor, a través de los titulares de las piezas noticiosas en la prensa digital de habla hispana. Se monitorearon noticias publicadas en internet con la ayuda de la herramienta de Alertas de Google. Durante los meses de enero a agosto del año 2020 se revisaron 695 alertas de noticias. La metodología es cuantitativa y cualitativa, de carácter exploratorio y documental, aplicada a 87 piezas informativas de 72 medios de comunicación digital en español. Uno de los resultados es la comprobación de que los medios digitales no difunden contenido noticioso sobre tecnología para el adulto mayor. Solo diez medios de comunicación registraron dos a tres notas informativas; la mitad de ellos corresponden a Argentina y Chile. Por tanto, los contenidos sobre tecnología no son un tema de actualidad para la prensa digital de habla hispana, por lo que se invisibiliza la importancia de la inclusión digital en beneficio de un envejecimiento activo para esta población.

**Palabras clave:** adulto, alfabetización, envejecimiento de la población, periodismo, TIC (tecnologías de la información y la comunicación).

**Abstract:** The article analyzes informative coverage about the use of information and communication technologies by elderly public through the analysis of headlines pieces published in Hispanic digital press. In order to do this a daily monitoring of the news published in internet was carried out with the help of Google alert tool. From January to August in 2020, 695 Google alerts were re-

viewed. It's quantitative and qualitative methodology explore and document in 87 informative pieces related to 72 digital communication media from different Spanish speaking countries. One of the results is the verification that the digital media do not diffuse news content about technology for elderly people. Only ten media communication barely registered 2 to 3 informative notes during this period, half of them from Argentina and Chile. Therefore, the topics about technology aren't relevant to Hispanic digital press so, it makes invisible the importance of digital inclusion for the benefit of active aging for this population.

**Keywords:** adults, alphabetization, population aging, journalism, ICT (information and communication technology), information literacy

## INTRODUCCIÓN

Partiendo de una mirada desde la alfabetización digital, fenómenos tales como la reducción de la brecha digital y el incremento de la población adulta mayor en el mundo, más aún en el contexto de la pandemia del COVID-19 (2020 a 2022), ha significado un periodo de retos y desafíos, especialmente para quienes con pocos saberes previos tuvieron que hacer de la internet su ecosistema de comunicación, de superación, de trabajo y de soporte. El crecimiento exponencial del consumo de la internet y del uso de las tecnologías de la información y la comunicación en miles de personas las transformó de usuarias pasivas a consumidoras activas de smartphones, tablets y computadoras (Kemp, 2021). Según sostiene el Global Digital Overview Report 2021 (Hootsuite, 2021), los *social media* incrementaron su audiencia durante el año 2020 casi en medio billón más de usuarios, llegando a alcanzar la cifra de 4,2 billones de consumidores globales a comienzos del año 2021.

Como señala Kemp (2021), es notorio el incremento de una audiencia digital como la adulta mayor de 65 años, que ha despuntado rápidamente en el uso de la red social, principalmente de Facebook, en los últimos doce meses. De otro lado, el planeta vive un gran contexto de cambio a nivel demográfico. Esto impacta en todos los países del mundo. Consecuencia de ello es que las expectativas de longevidad de la población son mucho más amplias hoy en día que hace cincuenta años. En América Latina, se ven países como Chile, Argentina o México que se encuentran en una etapa avanzada moderada en el envejecimiento de su población (CEPAL, 2017). La rapidez con que se incrementará el número de personas mayores de 60 años viene siendo de 3,5 % entre los años 2017 y 2030, según la proyección presentada durante la Cuarta Conferencia sobre Envejecimiento y Derechos de las Personas Mayores de la Cepal (2017); este crecimiento tiene ya un impacto importante en la toma de decisiones de todo tipo de políticas y estrategias a nivel global.

Todo lo anterior evidencia la importancia y urgencia de dar visibilidad a los derechos humanos de las personas adultas mayores en cuanto al acceso a las tecnologías que les permita sostener un envejecimiento activo e inclusivo en sus vidas. Eso implica tener en cuenta sus libertades y vulnerabilidades, pero entendiendo a la vez que siguen siendo miembros activos que contribuyen a la sociedad (UNFPA, 2012). En ese sentido, la Convención Interamericana sobre la protección de los Derechos Humanos de las personas mayores de la Organización de Estados Americanos, establecida en el año 2015, señala que la promoción de la educación y de la formación de la persona adulta mayor, en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, ayuda a mini-

mizar la brecha digital y a incrementar la integración social y comunitaria de los adultos mayores.

Este derecho al disfrute de los beneficios del progreso científico y tecnológico implica poder compartir sus experiencias y conocimientos con otras generaciones. De este modo, se propicia su inclusión activa en el espacio digital para asegurar un completo desarrollo de su envejecimiento saludable (OEA, 2015). Frente a ello, el derecho de los adultos mayores a mantenerse informados y visibilizados en una sociedad hiperconectada no parece corresponder proporcionalmente con el crecimiento de esta población. Esto se percibe especialmente cuando se trata de conseguir estar informados sobre sus demandas en los medios de comunicación, ofreciéndose, en cambio, un enfoque informativo de debilidad, con carencias y con medidas económicamente vulnerables (Antón & Fernández, 2017).

Como consecuencia de lo hasta ahora expuesto, puede comprobarse la relevancia del interés que los medios de comunicación deban tener sobre este grupo de la población. Sería el caso de la presencia clara de estos aspectos en la construcción de los relatos narrativos que se elaboran en torno a estas audiencias (Aznar & Suay-Madrid, 2020), que no se corresponden proporcionalmente con la realidad.

## EL ADULTO MAYOR Y LAS TIC

El contexto de la pandemia mundial ha demostrado que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han permitido acortar las distancias y vencer el aislamiento de miles de personas en el mundo. Las cifras que a este respecto establece el Global Digital Overview Report 2021 (Hootsuite, 2021) señalan que una de las razones por las que la gente se conecta a la internet es encontrar información, siendo así en el 63 % de los usuarios, así como para estar en contacto con amigos y con su familia, en un 56 % entre las personas de entre 16 y 64 años de edad. Si bien no se incluye el rango de los adultos mayores de 65 años a más, esta referencia concuerda con el planteamiento que hacen las investigadoras Sobral y Sobral (2021). Ellas aportan datos acerca de las motivaciones que tienen los adultos mayores para establecer su relación con el uso de la internet y la tecnología. Fundamentalmente, su uso se refiere a la necesidad de encontrarse con sus familiares y amigos, a través de las computadoras, con el uso del correo electrónico y de las redes sociales. Ante esta realidad, cabe señalar que las personas mayores también tienen la necesidad de aprender y adquirir nuevos conocimientos tecnológicos de comunicación e información, aunque claramente deba ser de una forma diferente a la de los jóvenes.

En la misma línea, el planteamiento de Lee y Maher (2021) sitúa la importancia de la alfabetización tecnológica en los adultos mayores y de su capacidad potencial para el aprendizaje y para la adaptación a las nuevas tecnologías, «independientemente de su voluntad o no de comprometerse con la tecnología» (p. 1). Esto se debe a que existe una demanda de adopción de estas personas para poder garantizar su calidad de vida, logrando un envejecimiento activo en sus vidas. De esta manera, es imprescindible definir el término de envejecimiento activo y saludable (OMS, 2015) como un proceso por el que se optimizan las oportunidades de bienestar mental, físico y social de las personas en su vejez a fin de poder participar como elementos activos en su comunidad.

El uso de las TIC para el bienestar y para la buena condición de vida de las personas adultas mayores vendría a ser la consecución de una serie de acciones tomadas por los gobiernos y la sociedad en su conjunto. Esto pone en evidencia la importancia de alfabetizar e incluir a estas personas en el aprendizaje y en el uso de las herramientas tecnológicas que ayuden a su envejecimiento de calidad (Llorente-Barroso *et al.*, 2021; Llorente-Barroso *et al.*, 2018; y Ramírez *et al.*, 2017).

Sin embargo, pese a que existen iniciativas claras para el acceso a las TIC a nivel mundial, encontramos inequidades negativas en su uso, en cuanto al acercamiento y consumo. Esto impide una inclusión digital transversal en todas las edades y niveles socioeconómicos. Se trata de promover la apropiación de las TIC en los adultos mayores a fin de que puedan convertirse en personas alfabetas digitales, capaces de acceder a la información y el conocimiento *online* con plena autonomía y libertad (Vega y Quintero-Romero, 2019). Por su parte, la investigación realizada por Campaña y Ortega (2020) sobre los factores determinantes en el uso de internet por el adulto mayor en España destaca la importancia de proteger con políticas públicas la vulnerabilidad en la que se puede encontrar este segmento de la población frente al uso y acceso a los recursos en línea a medida que se incremente su conocimiento y acceso a internet.

Otra investigación relacionada con el aprendizaje y con el uso de las tecnologías por los adultos mayores en Taiwán, desarrollada por Ellis *et al.* (2021), explora las motivaciones de aprendizaje de los mayores en relación con el uso de computadoras y teléfonos inteligentes en los últimos años. El estudio se desarrolla a través de la revisión de las actitudes, normas subjetivas y comportamientos motivados en su uso, así como en determinar en qué medida influyen las familias, los amigos o las redes de trabajo para motivar su interés en querer usarlos. Una de las razones más importantes es que con el incremento del uso de las tecnologías, con la habilidad de la tecnología de resolver problemas, mejora la buena condición de vida de las personas de la tercera edad y los mantiene independientes, permitiéndoles compartir sus experiencias y mejorar el uso de la información que poseen para así asegurar su adaptación e inclusión.

La investigación sobre la utilización de internet por la población adulta mayor en Polonia, elaborada por Dziuba *et al.* (2021), plantea si el uso de la internet depende de que los usuarios sean hombres o mujeres y si el uso de esta disminuye a medida que llegan a una edad avanzada. El hallazgo descubierto es que en todos los casos se mantienen las mismas expectativas de tener habilidades para usar las computadoras o los teléfonos inteligentes a medida que se adquieren mayores conocimientos y se avanza en la edad. Sin embargo, este estudio destaca el valor de que los programas gubernamentales respalden las actividades de educación que ayuden a eliminar ciertas barreras a las personas de este grupo etario. Tal como señala Cruz-Díaz (2015), las personas mayores no pueden quedar al margen del desarrollo de sus capacidades, de tal modo que solo puedan actuar como consumidores de medios, sino también que puedan ser capaces de producir y de crear contenidos digitales en la sociedad.

En tanto, la investigación de León-Latorre *et al.* (2020) hace relevante la importancia del empleo de las tecnologías de la comunicación en las personas adultas mayores para el manejo de la soledad y del aislamiento que vive una alta parte de la población de personas adultas mayores. Y resaltan que el escaso contacto entre sus pares y familiares les configura un riesgo para la buena condición de vida y el envejecimiento activo, dando origen a situaciones de aislamiento, debilitando sus condiciones sanitarias y limitando con ello su socialización. No obstante, resulta interesante el planteamiento de Knowles y Hanson (2018), quienes en sus investigaciones en Escocia observaron cierta reticencia en grupos de adultos mayores de 66 años. Estos adultos se resisten a integrarse activamente en el aprendizaje del uso de estas tecnologías al considerarlas innecesarias para su bienestar.

## EL ADULTO MAYOR EN LA COBERTURA INFORMATIVA DIGITAL

En cuanto al trabajo de la prensa, de los medios de comunicación en general y de la cobertura informativa, el análisis de los contenidos que se difunden sobre los adultos mayores refleja muy poco interés por hacer visible a este grupo humano, así como a sus necesidades de información que los ayude a mantenerse más autónomos e independientes (CEPAL, 2017; Aznar & Suay-Madrid, 2020). Por tanto, el acercamiento a la internet y al uso de las herramientas de las TIC son facilitadores de un envejecimiento saludable, porque permiten su integración en la sociedad de la información y ofrecen una ventana de entendimiento y acceso a la información, que, por diferentes motivos de accesibilidad física, los adultos mayores no pudieran tener (Llorente-Barroso *et al.*, 2018).

Es habitual encontrar suficiente cobertura informativa, en las diferentes secciones de los medios de comunicación, tanto en su versión física como en su versión *online*, enfocada en la imagen del adulto mayor, como persona vulnerable, indefensa, proclive a la marginación y con problemáticas sobre su jubilación, con inadecuada atención para su salud o incluso con violencia y maltrato (Restrepo, 2017). El tratamiento estereotipado de las personas mayores de 60 años, en el que se transmite su vulnerabilidad y deterioro por sus carencias sobre sus fortalezas y competencias, invisibiliza su pluralidad (Suay-Madrid, 2019).

La investigación de Antón y Fernández (2017) sobre la «Tercera edad en los contenidos informativos de la prensa digital. Un estudio empírico de los encuadres noticiosos sobre las personas mayores de Castilla y León», arroja evidencia al respecto cuando señala que «los periódicos ofrecen una realidad parcial de las personas mayores, utilizando unos encuadres que no reflejan el imparable crecimiento de la población mayor ni su heterogeneidad» (p. 3).

Por el contrario, la información sobre la buena condición de vida digna, saludable, inclusiva y activa del adulto mayor es casi invisible. Igualmente, hablar sobre la utilidad de la tecnología digital en beneficio de su mejora resulta escueta, muy escasa o casi nula en muchos medios de comunicación de Latinoamérica (Suay-Madrid, 2019). Sin embargo, no deja de ser sustancial el punto de vista de Knowles & Hanson (2018), cuando señalan que, aun habiendo mayores herramientas tecnológicas que pueden facilitar su buena condición de vida, son los adultos mayores los que se resisten a adaptar la tecnología a su vida diaria.

La creciente usabilidad de las herramientas tecnológicas de comunicación e información se encuentra en su mayor expansión, aunque existe al mismo tiempo un costo colateral que los medios de comunicación vienen asumiendo desde hace varios años, que es la transformación digital de sus redacciones. La cultura de la gratuidad de los contenidos ha generado que los medios se adapten a nuevos modelos de negocio para subsistir (Tejedor, 2020).

Aunque la coyuntura mediática tiene un peso para las redacciones, la realidad las obliga a reinventarse y a ofrecer algún tipo de información mucho más asociada a las historias locales y cercanas, para que así impacten más directamente a públicos más específicos, yendo hacia una transformación que convierta a los medios de comunicación generalistas en medios especializados temáticos (Tejedor, 2020).

En tal sentido, aunque los contenidos dirigidos a la tercera edad son pocos e incipientes, se podría entrever un concepto de información de servicio que en los años noventa María Diezhandino Nieto definió como «periodismo de servicio» en el discurso periodístico (Diezhandino, 1993). Es decir, se trataría de configurar un periodismo que

diese respuesta a las necesidades informativas propias de las circunstancias de esa audiencia. Con todo, aunque de manera dispersa, hoy va tomando ya forma en beneficio de este grupo etario. Un ejemplo comparativo que señala Suay-Madrid (2019), en torno a las características propias de cada medio de comunicación, es el de los programas de radio especializados en España, que ofrecen un tratamiento inclusivo sobre las temáticas de la tercera edad, sin el peso de los estereotipos negativos que se encuentran en la prensa escrita o digital, mayormente en medios de América Latina.

## MÉTODO

El objetivo de este trabajo es analizar cómo informó la prensa digital de habla hispana sobre los usos de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) para el público adulto mayor (PAM) a través de sus piezas informativas. Constatar si se abren espacios donde se haga visible su realidad desde el punto de vista de la inclusión digital y el envejecimiento activo. La investigación es de enfoque mixto con análisis cuantitativo y cualitativo de carácter exploratorio y documental.

De acuerdo a lo planteado en la investigación, se inició un proceso de recogida de información de piezas noticiosas, publicadas en la prensa digital en lengua castellana durante los meses de enero a agosto del año 2020 correspondientes a diferentes países de Latinoamérica y España, incluido los medios de habla hispana de Estados Unidos. A fines del año 2019 se planificó el siguiente esquema de actuación, a fin de disponer de todos los elementos para ser analizados:

- a) Uso de la herramienta. Monitoreo de los medios de comunicación digital a través de la utilización de la herramienta Google Alerts. Dicha herramienta detecta contenidos en la web, noticias y blogs relacionados con las palabras o términos programados por el usuario (Rockcontent.com, 2021), así como la región e idioma seleccionado. Son enviados a través de una cuenta de correo electrónico de Gmail y se puede programar con una frecuencia de una vez al día, una vez a la semana, o cuando se produzca, para cada palabra monitoreada. Por ese motivo se eligió la opción de programarlo una vez al día.
- b) Palabras clave. Como criterio de búsqueda, se utilizaron los términos *adultos mayores*, *personas mayores*, *tercera edad* y *envejecimiento*. Se descartaron los términos «tecnología y tercera edad», «alfabetización digital» o «tecnología», dado que no arrojaban información relacionada al objeto de estudio.

- c) Registro de las unidades de análisis. Revisión de todas las piezas informativas monitoreadas por las alertas Google durante el periodo de ocho meses del año 2020.
- d) Unidades de muestreo. Selección de las piezas informativas en cuyos titulares se encuentre cualquiera de las palabras clave analizadas y que incluyeran, además, algún término relacionado con la inclusión y la alfabetización digital para el adulto mayor. Se excluyeron las piezas de opinión y las que contenían solo galerías fotográficas o videos.
- e) Unidades de registro. Registro con el nombre de los medios de comunicación, el país de origen y la fecha de la publicación de las piezas informativas. Se excluyeron páginas web corporativas, institucionales, gubernamentales, de asociaciones, de servicios y blogs personales o corporativos. La selección se centró exclusivamente en medios de comunicación así registrados en su página oficial, pestaña «quienes somos», tanto como portales de noticias de internet así como de portales de noticias nativas en internet (Mullo López, 2021). En cuanto a la categorización de los medios de comunicación, se tomó en cuenta cinco características no excluyentes unas de otras para su clasificación: medios de cobertura nacional, medios regionales o locales, agencias de noticias, medios especializados en tecnología y medios especializados en salud y tercera edad.

De acuerdo con los cuatro términos de búsqueda, se revisaron un total de 695 alertas durante el periodo enero-agosto 2020, con un promedio de 87 alertas mensuales, siendo el mes de marzo el de mayor número de alertas, con 104, seguido por el mes de mayo, con 71. Dependiendo las fechas, como el día internacional del Trabajo, o días feriados en cada país, las alertas de Google podían reportar diariamente como mínimo una nota informativa y como máximo de 20 a 25 notas. Estas podían repetirse en más de una fecha y/o en más de uno de los términos de búsqueda, por esta razón se calcula una revisión de más de mil piezas informativas durante dicho periodo. Una vez revisado el total de las piezas informativas de las 695 alertas Google a lo largo de ocho meses, se hallaron 136 notas periodísticas cuyos titulares contenían información sobre las TIC y el adulto mayor. De las cuales se descartaron las piezas relacionadas con información corporativa (no de medios de comunicación). Igualmente, se desecharon las piezas cuya deficiencia impidió su revisión posterior por algún motivo, como por tener el enlace (*link*) no operativo, o por disponer de acceso exclusivo por suscripción, o porque la temática abordada no se ajustaba realmente a la búsqueda de los términos establecidos.

La selección final quedó reducida a 87 piezas informativas correspondientes a 72 medios de comunicación comprendidos como agencias de noticias y medios genera-

listas y especializados, los mismos que se ubicaron en un total de 9 países. Cada pieza informativa se constituyó como una unidad de análisis en la que se tomaron en cuenta como indicadores las palabras clave *adultos mayores, personas mayores, tercera edad y envejecimiento*, del cual el contexto informativo sea de tecnología, alfabetización e inclusión digital. Por tanto, las palabras clave seleccionadas vienen a ser los descriptores léxico-semánticos ubicados en los titulares que le dan orden al análisis. Cabe precisar que la mayor cobertura informativa sobre estos términos estaba referida a temas negativos como abusos, violencia, pensiones, jubilaciones o enfermedades del adulto mayor. De otro lado, se tuvo en cuenta verificar el perfil y la ubicación geográfica de cada medio de comunicación, así como cuáles eran sus temáticas informativas.

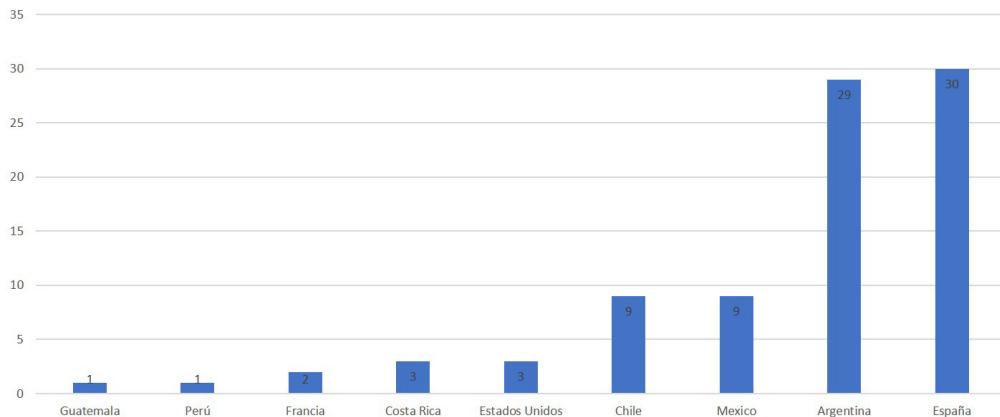
La recolección de la información se realizó con el programa de Microsoft Excel, con el que se elaboraron listados de análisis de contenido, teniendo en cuenta los indicadores ya expuestos. También se elaboraron los gráficos y las tablas oportunos para facilitar la interpretación de los resultados.

## RESULTADOS

### Cobertura informativa por ubicación geográfica

A fin de conocer la cobertura informativa de los medios, el primer criterio de análisis fue detectar la ubicación geográfica. De este modo, se descubrió que un gran porcentaje eran medios de España, frente a muchos menos procedentes de América Latina. Esta comparativa permitió también comprobar que existe un gran margen de diferencia entre los medios de comunicación de países de Latinoamérica. Argentina es el país que cuenta con la mayor concentración de información, abarcando el 33 % del total de las notas informativas, con 29 piezas. Este es el único lugar cercano a España, que obtuvo el 35 % de la distribución de noticias con 30 noticias (ver Gráfico 1). Chile y México, que comparten el tercer lugar, alcanzaron un 10 % del total cada uno, sobre el uso de las tecnologías y los adultos mayores. Esto equivale a solo nueve notas periodísticas en dicho periodo. Mucho más lejos aparecen los medios de comunicación de los países restantes, como Costa Rica, Guatemala y Perú, con apenas una a tres notas. También aparecen Estados Unidos por sus medios de comunicación en idioma español dirigido a la comunidad hispana y Francia por la agencia de noticias France 24 hispana.

Gráfica 1  
Número de piezas informativas por país



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la cantidad de medios de comunicación *online* por países, se contabilizaron un total de 72 medios de comunicación. Destacan España y Argentina con 26 y 25 respectivamente. En México se hallaron 9 medios y en Chile, 4. En el resto de los países, que son Costa Rica y Estados Unidos, solo aportan 3 medios, con Guatemala y Perú, que aportan un solo medio cada país. Entre estos medios, solo 10 publicaron de 2 a 3 piezas informativas relacionadas con la temática de las tecnologías y al adulto mayor durante los ocho meses de monitoreo.

Es relevante resaltar que estos 10 medios de comunicación se concentran solo en 3 países, como se muestra en la Tabla 1: España, con 5 medios y 10 piezas informativas; Argentina, con 7 notas informativas en 3 medios, y Chile, con 3 medios. Estos últimos países mencionados obtuvieron la frecuencia más alta, con 3 notas cada uno, tanto *Biobio-chile* y *La Tercera*. En México solo se registró una pieza por cada medio de comunicación.

TABLA 1  
Medios digitales y países con mayor cantidad de piezas informativas

País	Medio	N.º de piezas
España	ABC	2
España	Computerhoy.com	2
España	El País	2

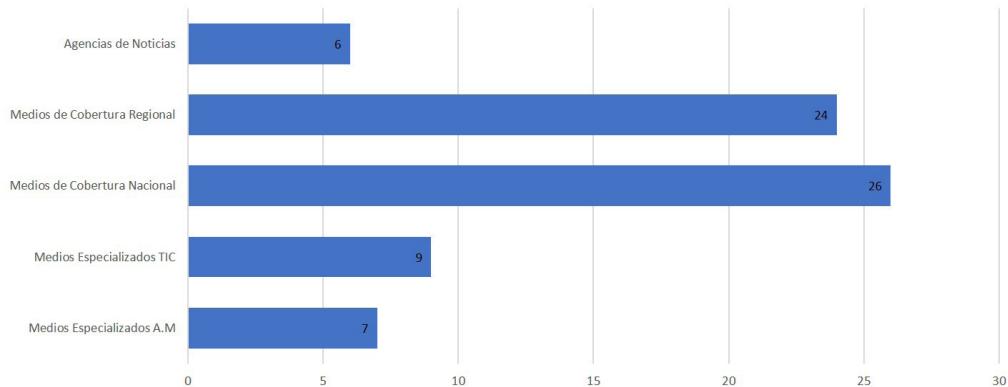
País	Medio	N.º de piezas
España	El Periódico	2
España	Ideal.es	2
Chile	Biobiochile	3
Chile	La Tercera	3
Argentina	Diario el Popular	2
Argentina	Infobae	3
Argentina	Mendovoz	2

Fuente: Elaboración propia.

### Temáticas abordadas y presencia informativa

En segundo lugar, se clasificaron los medios de comunicación según el tipo de cobertura y según su perfil informativo, como se puede ver en el Gráfico 2. Destacan los medios de cobertura regional o local, que llegan a 24, muy cerca de los medios nacionales, que alcanzan 26. Mucho más lejos aparecen los medios especializados por ambas variables, las TIC y el PAM, con 9 y 7 medios respectivamente. Los medios *online* especializados en personas mayores y sus derivadas, como salud, envejecimiento saludable y calidad de vida, corresponden a medios españoles, y solo uno corresponde a México. También es importante notar que aparecen un total de 6 agencias de noticias en la evaluación.

GRÁFICO 2  
Clasificación de medios de comunicación por tipo de cobertura



Fuente: Elaboración propia.

Entre las temáticas más difundidas halladas en cada pieza analizada se puede distinguir que los medios de comunicación digitales vinculan el término genérico «tecnología» con el de adulto mayor, para dar recomendaciones o alcances informativos, del tipo «en qué fijarse para encontrar la mejor tecnología para un adulto mayor»; esto se puede notar en un 20 % de las piezas informativas aproximadamente, que equivalen a 17 titulares.

En segundo lugar aparece otra temática también de tipo general en los términos como *aplicaciones*, *apps* y *aplicaciones móviles*, en titulares como «capacitan a adultos mayores en el uso de aplicaciones», que representa aproximadamente el 16 % de las piezas con un total de 14 titulares del mismo tipo.

En tercer lugar se ubican los términos referidos a la «telefonía móvil», en titulares del tipo «¿que debe tener un teléfono móvil para personas mayores?», lo que equivale a 9 piezas informativas. Comparten el cuarto lugar los términos «WhatsApp» y «dispositivos tecnológicos», con 5 titulares cada una, lo que corresponde a un 6 % aproximadamente del total de piezas analizadas. Los términos como *tablets*, brecha digital, trámites, transacciones *online*, realidad virtual, robots, entre otros (ver Tabla 2), tienen de 4 a 2 titulares, lo que representan un 5 % y un 2 % aproximadamente del total. Quedan en la cola términos como *abuela digital*, *mundo digital*, *telemedicina*, *torneo digital*, *videollamada*, *tercera edad*, *cajero automático*, *tarjeta de débito*, con una sola aparición en cada titular.

TABLA 2

Términos de tecnología más utilizados en los titulares periodísticos

Términos de tecnología	N.º de piezas
Tecnología / nuevas tecnologías / uso de tecnología / herramientas / dispositivos	17
App / aplicaciones / aplicaciones móviles / plataformas	14
Telefonía móvil	9
WhatsApp	5
Dispositivos tecnológicos	5
Tablets	4
Brecha digital	3
Trámites online / transacciones virtuales	3
Internet	3
Personas mayores	3
Clases virtuales	3
Robots	2
Envejecimiento activo	2

Términos de tecnología	N.º de piezas
Realidad virtual	2
Mundo digital	2
Cajeros automáticos	2
Abuela digital	1
Telemedicina	1
Comercio electrónico	1
Videojuego	1
Tercera edad	1
Torneo digital	1
Tarjeta de débito	1
Videollamada	1
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>

Fuente: Elaboración propia.

### Temáticas de interés para el público adulto mayor

En cuanto a la elección de las temáticas de interés, enfocadas en el público adulto mayor, se tomó como referencia documentos e informes de instituciones rectoras, como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización de Estados Americanos (OEA), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Todas ellas, en un sentido u otro, consideran como temas centrales para el respeto de los derechos de los adultos mayores términos como *inclusión digital*, el *cuidado*, el *envejecimiento activo*, la *calidad de vida*, la *brecha digital*, los cuales fueron tomados como referencia para el presente análisis de contenido de las piezas informativas. En tal sentido, en la Tabla 3 y el Gráfico 3 se aprecia que el 36% del total de las piezas informativas revisadas se enfocan en la inclusión digital del adulto mayor, en cuanto al acceso y uso de internet, de los dispositivos móviles y saber cómo usarlos en la vida diaria, lo que equivale a 31 piezas informativas.

Otro tema que se relaciona con la tecnología de apoyo o tecnología sanitaria de apoyo (OMS, 2015) es el que está vinculado a la calidad de vida como es el «cuidado y/o asistencia al adulto mayor». Este campo corresponde aproximadamente al 20% de las piezas analizadas, que representan 17 titulares. En este caso resalta el perfil del periodis-

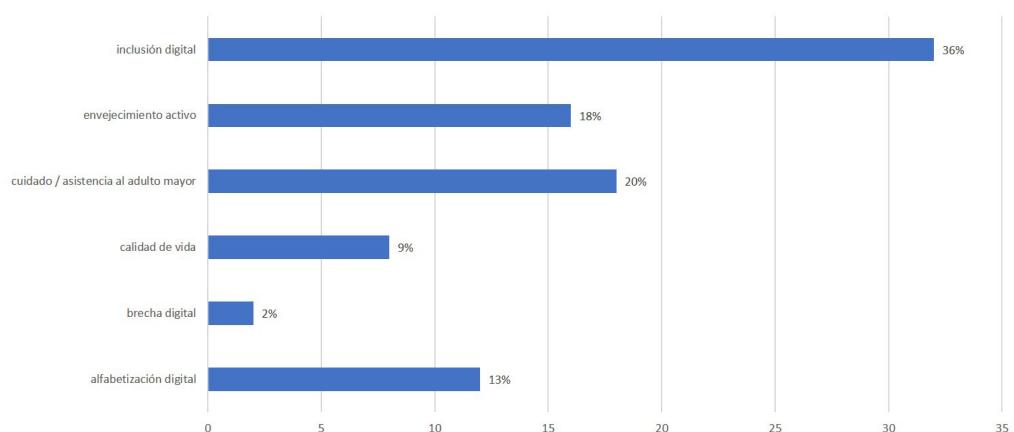
mo de servicio, que ofrece información de utilidad para sus audiencias. El término «Envejecimiento activo» (OMS, 2015) dispone de 16 notas publicadas, mientras que el término de «alfabetización digital» cuenta con 11 titulares.

TABLA 3  
Temáticas de interés relacionadas con la tercera edad digital

Temáticas de interés	N.º de piezas
Cuidado / asistencia al adulto mayor	17
Envejecimiento activo	16
Inclusión digital	31
Alfabetización digital	11
Adultos mayores	1
Tecnología	1
Brecha digital	2
Calidad de vida	8
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 3  
Temáticas de interés relacionadas con la tercera edad digital



Fuente: Elaboración propia.

## Pandemia y tecnología

En un menor número se hallaron piezas informativas que relacionaron la pandemia con el uso de las tecnologías entre los adultos mayores. En algunos casos prevalece la mirada de minusvalía o desprotección, mientras que en otros resaltan como más relevantes el rol de su participación en la sociedad. De las 87 piezas informativas analizadas y evaluadas solo 8 destacaron en sus titulares el contexto de la pandemia, con los términos: «cuarentena», «pandemia» o «confinamiento». Es importante destacar que fueron varios los medios generalistas de cobertura internacional y nacional, y solo uno especializado en salud, los que hicieron esta cobertura, vinculando la situación de cuarentena con los beneficios de la utilización de las TIC para el público adulto mayor. Se desatan dos medios de Argentina y México, que concentraron 2 notas cada uno.

TABLA 4  
Titulares de tecnología dirigidos a adultos mayores durante la pandemia

Medio	Titular	País
Diario El Popular	Envejecimiento activo en <b>cuarentena</b> : adultos mayores hacen radio desde el teléfono	Argentina
Página 12	SolidariApp, una app para ayudar a adultos mayores en la <b>cuarentena</b>	Argentina
América Economía	Usuarios de Tenlove: la app de citas para adultos mayores aumenta un 27% durante la <b>pandemia</b>	Chile
El País	Tercera edad, primera videollamada: así se vive la <b>cuarentena</b> al otro lado de la brecha digital	España
CNN	En medio de la <b>pandemia</b> , las personas mayores luchan con la tecnología, enfrentan desafíos de telesalud y están aisladas socialmente	Estados Unidos
France 24	Adultos mayores superan la brecha digital durante la <b>pandemia</b> en Ecuador	Francia
Sumedico.com	La <b>pandemia</b> y el uso de tecnología, ¿un problema para adultos mayores?	México
Notipress	Adultos mayores se acercan más a la tecnología por <b>confinamiento</b>	México

Fuente: Elaboración propia.

## Discusión

A la luz del objetivo planteado en la presente investigación, cuyo propósito es analizar cómo informó la prensa digital de habla hispana sobre los usos de las tecnologías para el público adulto mayor a través de sus piezas informativas, los resultados muestran que los medios revisados dan poca visibilidad a estas temáticas, es decir, las tecnologías para el adulto mayor no serían un tema de actualidad o interés para la prensa.

En un periodo de ocho meses durante la pandemia del COVID-19, donde la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación superó cualquier expectativa, se hallaron tan solo 87 noticias que tenían que ver con el uso de la tecnología para el bienestar o beneficio del envejecimiento activo en los adultos mayores. Haciendo un cálculo muy sencillo y aproximado, se diría que en 240 días se publicaron de 2 a 3 notas en la prensa digital de los 21 países de habla hispana que hay en Latinoamérica de los 33 en total. Por tanto, este número hace casi imperceptible la visibilidad de los adultos mayores como público activo y lo contrasta con una constante cobertura informativa referida a fatalidades que profundizan una imagen vulnerable de ellos. Esto podría deberse a la falta de mayor acceso a la información y a la toma de conciencia sobre la relevancia demográfica de este grupo etario, o también a que aún los medios y los profesionales del periodismo mantienen una mirada estereotipada sobre la vejez y sobre los adultos mayores en América Latina.

En línea con lo que sustentan Antón y Fernández (2017), sostenemos que tanto «la calidad como el interés mostrado por los medios es escasa y tienen una visión parcial de la realidad de los adultos mayores y su importancia en la sociedad» (p. 12). Así, se constata que las temáticas sobre tecnología para el adulto mayor son reducidas en toda la información revisada a través de las alertas de Google, lo que muestra un panorama impreciso sobre su relevancia en la sociedad. Tal como señalan Aznar y Suay-Madrid (2020) sobre la experiencia española, dada la cifra de población adulta mayor que existe en los diversos países de América Latina, la cobertura informativa a este respecto no sería proporcional. Tampoco los contenidos informativos para esta población ya extensa no se ven reflejados proporcionalmente con «las personas mayores que consumen más que otros grupos de población, medios de comunicación tradicionales» (p. 3).

En cuanto a los términos hallados en los titulares periodísticos con relación a la tecnología, estos están mucho más vinculados con la inclusión digital de manera general, sin vincular el envejecimiento activo con la tecnología. Se diría que tanto los medios generalistas como los especializados privilegian una agenda básica de la inclusión tecnológica, pero sin vincularla positivamente con el envejecimiento saludable, que impac-

ta favorablemente a estas personas. Como muestra sirva el estudio de Llorente-Barroso *et al.* (2021), que desarrolla una investigación demostrando la capacidad operativa de las TIC en los adultos mayores confinados durante la pandemia, teniendo un impacto valioso para ellos, puesto que ha facilitado su acercamiento al entretenimiento y a las aficiones disponibles en las plataformas digitales, contribuyendo así a la mejora de la autoestima de las personas de la tercera edad.

En ese sentido, se concluye que los contenidos de información relevante para el adulto mayor son mínimos, en comparación con la oferta informativa que se ve en España, donde los medios de comunicación son mucho más diversificados y están más concienciados sobre la realidad demográfica de esta población que va en aumento. En Latinoamérica se pueden identificar algunos patrones de contenido en los medios de comunicación como en Argentina, tanto por su volumen como por su alcance en información de servicio, donde la cobertura local de la noticia pone en relieve la inclusión de los adultos mayores y la mejora en su buena condición de vida, implicando a toda la comunidad a través de capacitaciones, talleres, anuncios de utilidad específica y generando puntos de encuentro en distintas ciudades del mismo país.

Algo similar se aprecia en los medios de corte generalista en Chile, por su nivel de frecuencia y por disponer de contenidos más constantes. Su información dispone de un enfoque claro para dirigirse a su público adulto mayor, con temáticas muy actuales y centradas en la importancia de la reducción de la brecha digital. Por esos motivos, ambos modelos son interesantes para observar. Aunque el número de contenidos positivos sea aún muy bajo en comparación con el sinnúmero de noticias negativas, sería oportuno reconocer que ya existen medios de comunicación en América Latina que muestran interés por informar sobre la temática del adulto mayor haciendo visible su realidad desde el punto de vista de la inclusión digital y su relación con la tecnología. Implicando el uso de una narrativa que alienta la construcción del relato positivo, en contraposición a la imagen errónea o imprecisa que los medios le dan al ámbito de la vejez en general. En esa línea, y teniendo en cuenta que la realidad demográfica anuncia desde hace bastante tiempo que el mercado de las economías se expande y diversifica, como es el caso de la llamada economía plateada, resulta lógico mirar al adulto mayor como un público relevante, consumidor y usuario de contenido e información de calidad, que a la vez facilite su inclusión digital y su envejecimiento activo en la sociedad. Por ello, cabe resaltar el aporte de la tecnología y sus derivados, que ayuden a elevar la condición de vida de los mayores. La utilidad de la tecnología, en general, y la tecnología sanitaria, en particular, en la vida de las personas mayores, pueden asegurar un envejecimiento mucho más activo

e inclusivo y lograr que las familias también participen. Por ese motivo, promover el uso de los dispositivos tecnológicos entre los adultos mayores con una adecuada difusión en la prensa no solo implica ampliar un mercado de consumidores nuevos, con características especiales, sino que también supone abrir nuevos espacios informativos, donde los adultos mayores sean el centro.

La presente investigación deja por explorar, para futuras etapas, una revisión de los contenidos generados por el público adulto mayor, a partir de la utilización de las tecnologías, en la medida que impulsen su inclusión masiva y participación activa en la sociedad, tomando en cuenta el respeto a sus derechos a tener una vida de calidad saludable e inclusiva.

## CONFLICTO DE INTERÉS

La autora declara que no existe conflicto de interés.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antón, M., & Fernández, M. (2017). La tercera edad en los contenidos informativos de la prensa digital. Estudio empírico de los encuadres noticiosos sobre las personas mayores en Castilla y León. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 33-50. doi: <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.59936>
- Aznar, H., & Suay-Madrid, A. (2020). Tratamiento y participación de las personas mayores en los medios de comunicación: opinión cualificada de los periodistas especializados. *El profesional de la Información*, 29(3). doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.32>
- BID, Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). *Panorama de envejecimiento y dependencia en América Latina y el Caribe*. BID.
- Campaña, J., & Ortega, R. (2020). Determinants of Internet use by the elderly in Spain: Time dedicated to search and communications. (O. U. Press, Ed.) *Economics and Business Letters*, 16-26. doi: <https://doi.org/10.17811/ebi.10.1.2021.16-26>
- CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2017). *Derechos de las personas mayores: retos para la interdependencia y autonomía*. Naciones Unidas.
- Cruz-Díaz, R. G. (2015). Del uso de las tecnologías de la comunicación a las destrezas en competencia mediática en las personas mayores. *Redes.com: revista de estudios*

- para el desarrollo social de la Comunicación, 86-111. doi: <https://doi.org/10.15213/redes.n12.p86>
- Diezhandino, M. (1993). El periodismo de servicio, la utilidad en el discurso periodístico. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 117-125.
- Dziuba, S., et al. (2021). The use of the internet by older adults in Poland. *Universal Access in the Information Society*, 171-178. doi: <https://doi.org/10.1007/s10209-019-00700-y>
- Ellis, M., et al. (2021). Why taiwanese seniors use technology. *Asia Pacific Management Review*, 149-159. doi: <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2021.01.001>
- Hootsuite, W. A. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report. DataReportal-Global Digital Insights*.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report*. We are social & Hootsuite. Obtenido de [https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-global-overview-report-january-2021-v03?from\\_action=save](https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-global-overview-report-january-2021-v03?from_action=save)
- Knowles, B. & Hanson, V. L. (march de 2018). The wisdom of older technology (non) users. *Communications of the ACM*, 72-77. doi: <https://doi.org/10.1145/3179995>
- Lee, L., & Maher, M. (2021). Factors of Older Adults in the Use of Interactive Technology. *Int. J. Environ. Res. Public Health*. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph18062847>
- León-Latorre, M., et al. (2020). Técnicas de comunicación en las personas adultas mayores ante el aislamiento social y la soledad. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 268-277. doi: <https://doi.org/10.20318/recs.2020/4870>
- Llorente-Barroso, C., et al. (2021). The enabling role of ICT to mitigate the negative effects of emotional and social loneliness of the elderly during COVID-19 pandemic. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18(8). doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph18083923>
- Llorente-Barroso, C., et al. (2018). Administración electrónica y comercio electrónico como instrumentos para un envejecimiento activo. *Aula Abierta*, 47(1), 87-96. doi: <https://doi.org/10.17811/rifie.47.1.2018.87-96>
- Mullo López, A. (2021). Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la Covid-19 en Ecuador. *Revista de Comunicación*, 20(1), 137-152. doi: <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A8>
- OEA, Organización de Estados Americanos (2015). *Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores*. Washington D.C., Estados Unidos. Recuperado el 19 de abril de 2021, de [http://www.oas.org/es/sla/ddi/tratados\\_multilaterales\\_interamericanos\\_a-70\\_derechos\\_humanos\\_personas\\_mayores.asp#:~:text=E1%20objeto%20de%20a%20Conveni%C3%B3n,y%20participaci%C3%B3n%20en%20la%20sociedad](http://www.oas.org/es/sla/ddi/tratados_multilaterales_interamericanos_a-70_derechos_humanos_personas_mayores.asp#:~:text=E1%20objeto%20de%20a%20Conveni%C3%B3n,y%20participaci%C3%B3n%20en%20la%20sociedad).

- OMS, Organización Mundial de la Salud. (2015). *Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud*. Estados Unidos de América: OMS.
- Ramírez, A., et al. (2017). La competencia mediática en la población mayor. Diagnóstico de la realidad española. *Signo y Pensamiento*, 36(70), 94-111. doi: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp36-70.cmpm>
- Restrepo, J. D. (04 de Febrero de 2017). *La vejez en las noticias*. Bogotá, Colombia: Red Latinoamericana de Gerontología, RLG.
- Rockcontent.com*. (17 de 02 de 2021). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/google-alerts/#:~:text=Google%20Alerts%20es%20una%20herramienta%20que%20detecta%20contenidos%20relacionados%20con,Internet%20con%20los%20t%C3%A9rminos%20seleccionados>.
- Sobral, S., & Sobral, M. (2021). Computer Education and Third Age Universities: A systematic Review. *Int. J. Environ. Res. Public Health*. doi: <https://doi.org/10.3390/intjepublichealth2021033>
- Suay-Madrid, A. (2019). Una nueva mirada en el tratamiento de los mayores en los medios desde la ética de la comunicación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 1141-1152. doi: <https://doi.org/10.5209/esmp.64830>
- Tejedor, S. P. (2020). Análisis del modelo de ingresos en medios nativos digitales de carácter alternativo en España. *Revista de Comunicación*, 275-295. doi: <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A16>
- Vega, O.A, & Quintero-Romero, S. (2019). Persona adulta mayor y TIC: un ambiente propicio para consolidar. *Anales en Gerontología*. 11(11), 129-140 Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gerontologia/article/view/34013>
- UNFPA, Fondo de Población de Naciones Unidas & HelpAge International. (2012). *Envejecimiento en el Siglo XXI: Una celebración y un desafío*. Reino Unido.