

Estado de la publicación: No informado por el autor que envía

La Cobertura de la prensa digital, el público adulto mayor y las nuevas tecnologías durante el Covid-19.

Luz María Flores Cabello

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.3804>

Enviado en: 2022-03-17

Postado en: 2022-03-28 (versión 1)

(AAAA-MM-DD)

Cobertura informativa de la prensa digital, público adulto mayor y nuevas tecnologías durante el Covid-19

Digital press coverage, elderly person and new technologies during Covid-19

Mg. Luz María Flores Cabello

lfloresc@usmp.pe

Universidad San Martín de Porres

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4272-6419>

Resumen

El artículo analiza la cobertura informativa sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación por el público adulto mayor, a través del análisis de los titulares de las piezas noticiosas publicadas en la prensa digital. Se llevó a cabo un monitoreo diario de las 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 un total de 695 alertas de noticias. La metodología es de naturaleza cuantitativa y cualitativa, de carácter exploratorio y documental en 87 piezas informativas correspondientes a 72 medios de comunicación digitales de diferentes países de habla hispana. Uno de los resultados hallados es que, en la gran mayoría de los países de América Latina, los medios no difunden contenido noticioso sobre las utilidades de la tecnología para el adulto mayor. Apenas diez medios de comunicación registraron dos a tres notas informativas durante dicho periodo, la mitad de los cuales corresponden a Argentina y Chile. Finalmente, el análisis muestra que el papel de los medios de comunicación es relevante para difundir contenido informativo que promueva la inclusión digital de este grupo etario, en casi todos los países de Latinoamérica.

Palabras clave: adulto mayor, alfabetización digital, 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 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 reviewed. 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 that in most of Latin American countries, media do not diffuse news content about technology utilities for elderly people. Only ten media communication barely registered 2 to 3 informative notes during this period, half of them from Argentina and Chile. Finally, we consider that communication media role is relevant to diffuse informative content to promote inclusion of this age range in just all Latin America countries.

Key words. Elderly people, digital alphabetization, population aging, journalism, ICT (information and communication technology).

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 al 2021), han 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 de la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación para miles de personas, los transformó de usuarios pasivos en consumidores activos de la pantalla chica, con el uso de los 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 comienzos del año 2021.

Como señala Kemp (2021), es notorio el incremento del crecimiento de una audiencia digital como la adulta mayor de 65 años a más, 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 ellos es que las expectativas de longevidad de la población son mucho más amplias hoy en día que hace cincuenta años. En América Latina, vemos países como Chile, Argentina o México, que se encuentran en una etapa avanzada moderada en el envejecimiento de su población (CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017). La rapidez con que se incrementará el número de personas mayores de 60 años a más viene siendo de 3.5% entre los años 2017 hasta el 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. Especialmente afecta a partir de un envejecimiento, para que sea activo e inclusivo. Eso implica tener en cuenta sus libertades y vulnerabilidades, pero asumiendo a la vez, que siguen siendo miembros activos que contribuyen a la sociedad. (UNFPA, Fondo de Población de Naciones Unidas & HelpAge International, 2012). Así mismo, la Convención Interamericana sobre la protección de los Derechos Humanos de las personas mayores de la Organización de Estados Americanos establecida 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 minimizar 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, Organización de los Estados Americanos, 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 lograr estar informados sobre sus demandas en los medios de comunicación, ofreciéndose en cambio una mirada 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 objetivo de este trabajo es conocer cómo informó la prensa digital, a través de sus piezas informativas, sobre el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) destinadas al público adulto mayor (PAM), entre los meses de enero a agosto del 2020 en el contexto de la pandemia del Covid-19. Con este análisis se podrá entender en qué se basa la praxis informativa de la prensa digital para este grupo etario, considerando que es una audiencia en expansión creciente. Entender que los medios de comunicación toman una posición frente a esta etapa de la vida haciendo visible su realidad o invisibilizándola, forma parte de la contribución de la presente investigación.

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 a 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 de 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, Kolotouchkina, & Mañas-Viniegra, 2021), (Llorente-Barroso, Pretel-Jiménez, Abad-Alcalá, Sánchez-Valle, & Viñarás-Abad, 2018) y (Ramírez, González, & Sedeño, 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 al 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 sobre los factores determinantes en el uso de internet por el adulto mayor en España, destacan 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 incrementa su conocimiento y acceso a internet. (Campaña & Ortega, 2020).

Otra investigación relacionada al aprendizaje y con el uso de las tecnologías por los adultos mayores en Taiwan, 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 (Ellis, Downey, Chen, & Lu, 2021).

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 adquiere mayores conocimientos y se avanza en la edad. Pero, 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-Días *et al* (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.

Resulta interesante, no obstante, 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 y en el uso de estas tecnologías. La investigación elaborada por León-Latorre *et al* (2020) plantea 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 población de personas envejecidas. La falta de acceso a una formación en estas técnicas de comunicación digital, incluido el escaso contacto con sus pares y familiares, configura un riesgo para la buena condición de vida y para el envejecimiento activo de las personas mayores, dando así origen a situaciones de aislamiento, debilitando sus condiciones sanitarias y limitando con ello su socialización.

Cobertura informativa de la prensa 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 sus pensiones de 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 a más, 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 del autor (Knowles, 2018), cuando señala 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

De acuerdo con los objetivos planteados en la investigación, se inició un proceso de recogida de información de piezas informativas, publicadas en la prensa digital durante los meses de enero a agosto del año 2020. A fines del año 2019 se planificó el siguiente esquema de actuación, a fin de disponer ya identificados 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 a 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 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 sólo 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 como días feriados libres completos en cada país, las alertas de Google podían reportar diariamente como mínimo una nota informativa y como máximo 20 o 25 notas. Dichas notas también se podían repetir en más de una fecha y/o en más de uno de los términos de búsqueda, por lo que se calcula una revisión de más de mil piezas informativas durante dicho periodo. Una vez revisado el total de las piezas informativas, se registraron 136 notas cuyos titulares contenían información sobre las TIC y el adulto mayor.

Entre esas notas se descartaron las piezas relacionadas con información corporativa (no de medios de comunicación). Igualmente se desearon 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. 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.

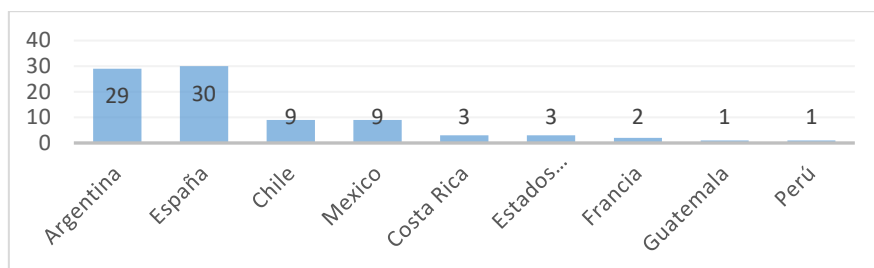
Resultados

Para llevar a cabo el logro de los objetivos propuestos en esta investigación, se estableció analizar cada pieza informativa, estudiándola como una unidad. Para ello se tomaron en cuenta los indicadores, que son las palabras clave: adultos mayores, personas mayores, tercera edad y envejecimiento. Estos términos vienen a ser los descriptores léxico semánticos hallados en los titulares. Del mismo modo se tuvieron también en cuenta el perfil y la ubicación del medio de comunicación, las temáticas utilizadas y el contexto de la pandemia del Covid-19.

Se tuvo en cuenta que cada pieza seleccionada contuviera además en su titular alguno de los términos utilizados en el contexto de la alfabetización y la inclusión digital. Esto obedecía a que la mayor cobertura sobre dichos términos estaba referida a temas relacionadas al abuso y violencia, o con jubilaciones o enfermedades del adulto mayor.

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 medios de España, frente a muchos menos procedentes de los países 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 (ver figura 1). Los países de 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 comunicad hispana y Francia por la agencia de noticias France 24 hispana.

Figura 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 diez publicaron de dos a tres piezas informativas relacionadas a la temática de las tecnologías y al adulto mayor, durante los ocho meses de monitoreo.

Es relevante resaltar que estos diez medios de comunicación se concentran solo en tres países, como se muestra en la tabla 1: España, con cinco medios y 10 piezas informativas; Argentina, con siete notas informativas en tres medios y Chile, con dos medios. Estos últimos países mencionados obtuvieron la frecuencia más alta, con tres notas cada uno, tanto Biobiochile 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

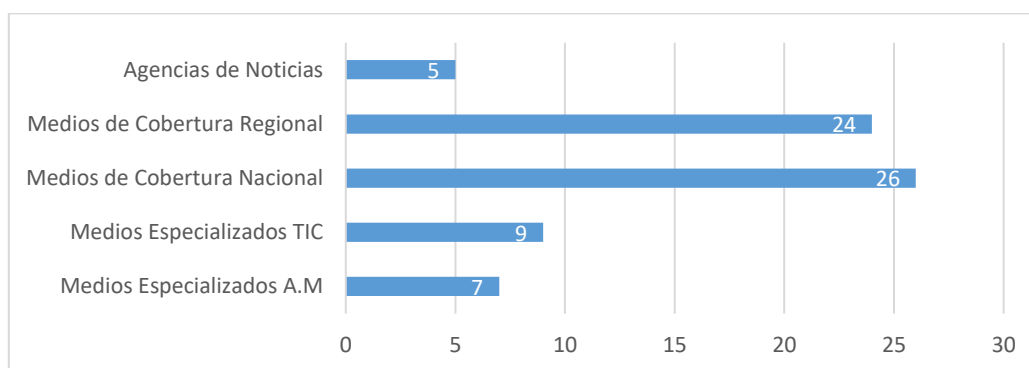
PAIS	MEDIO	N° DE PIEZAS
España	ABC	2
España	Computerhoy.com	2
España	El País	2
España	El Periódico	2
España	Ideal.es	2
Chile	Biobiochile	3
Chile	La Tercera	3
Argentina	Diario el popular	2
Argentina	Infobae	3
Argentina	Mendovoz	2

Fuente: Elaboración propia

Temáticas abordadas y presencia mediática

En segundo lugar, se clasificaron los medios de comunicación según el tipo de cobertura y según su perfil informativo, como se puede ver en la figura 2. Destacan los medios de cobertura regional o local que llegan a 24, muy cerca de los medios nacionales, que alcanzan el número de 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 sobre 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 cinco agencias de noticias en la evaluación.

Figura 2. Clasificación de medios de comunicación por tipo de cobertura



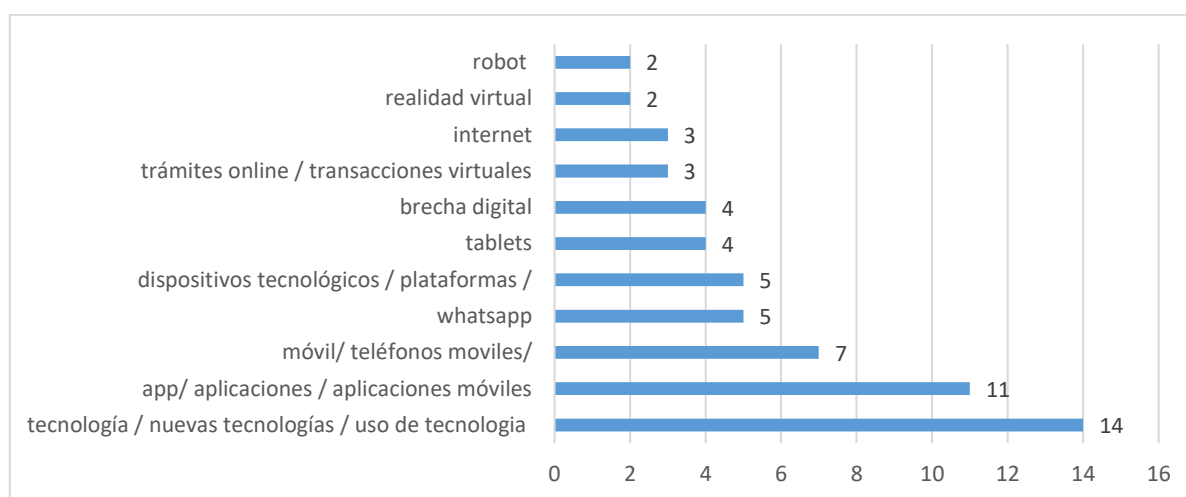
Fuente: Elaboración propia

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 el 23% de las piezas informativas, que equivalen a 14 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 el 18% de las piezas con un total de 11 titulares del mismo tipo.

En tercer lugar, se ubican los términos como ‘teléfonos móviles’ con 11%, en titulares del tipo “¿que debe tener un teléfono móvil para personas mayores?, lo que equivale a 7 piezas informativas. Comparten el cuarto lugar los términos *WhatsApp* y ‘dispositivos tecnológicos’ con 5 titulares cada una, lo que corresponde a un 8% del total de piezas analizadas. Entre el 7% y el 3%, se ubican términos como tablets, brecha digital, trámites o transacciones online, realidad virtual y robots, con apenas 4 a 2 titulares cada una (ver figura 3). Mientras que quedan en la cola términos como abuela digital, mundo digital, smartphone, telemedicina, torneo digital, videollamada, clases virtuales, cajero automático, tarjeta de débito con una sola aparición en cada titular.

Figura 3. Términos de tecnología más utilizados en los titulares periodísticos



Fuente: Elaboración propia

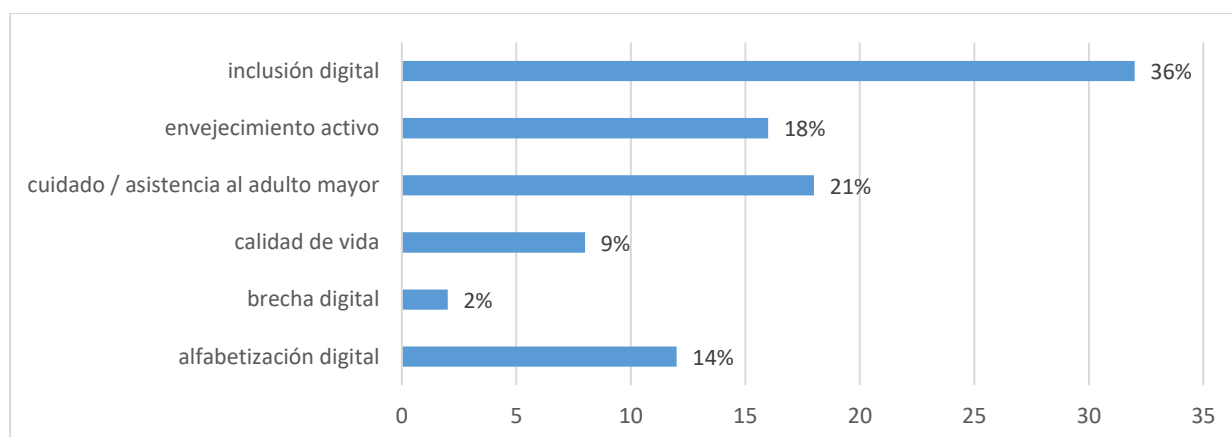
Temáticas de interés para el público adulto mayor

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 figura 4 se aprecia que el 36% del total de las piezas informativas revisadas se enfoca 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.

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 al 21% de las piezas analizadas. En este caso resalta el perfil del periodismo de servicio, que ofrece información de utilidad para sus audiencias. El término 'Envejecimiento activo', (OMS, 2015) dispone de un 18% de notas publicadas, mientras que el término de 'alfabetización digital' cuenta con un 14%.

Figura 4. 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 relevante el rol de su participación en la sociedad. De las 87 piezas informativas analizadas y evaluadas, solo ocho 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 desatacan dos medios de Argentina y México, que concentraron dos notas cada uno.

Tabla 2. Titulares de tecnología dirigidos a adultos mayores durante la pandemia

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

Fuente: Elaboración propia

Discusión

A la luz del objetivo planteado en la presente investigación, cuyo propósito es conocer cómo informó la prensa digital sobre el uso de las tecnologías para el público adulto mayor en el año 2020, los resultados muestran que los medios revisados dan poca visibilidad a temas relacionados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para las personas mayores, en comparación con la bastedad de información negativa generada para este mismo público, lo que pone en evidencia la preferencia por visibilizar tópicos comunes, como muertes, atropellos, accidentes entre otros tópicos relacionados a este colectivo.

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 ofrece 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).

Se puede decir que realmente existe público adulto mayor, que se encuentra en una situación expectante en la búsqueda de nuevos aprendizajes y deseando acceder a la información sobre tecnología, que les permita mantenerse activos e insertados en su comunidad, así como también alejados del aislamiento y la soledad, León-Latorre *et al* (2020), en España, en Latinoamérica y en muchas otras partes diferentes del mundo. Sin embargo, la cobertura informativa de los medios de comunicación digital en América Latina no va en sintonía con el sentir de este público creciente.

De otro lado, los términos hallados en los titulares periodísticos con relación a la tecnología están mucho más vinculados con la inclusión digital de manera general, sin incidir en términos de envejecimiento activo, o de vida saludable. Se podría decir que tanto los medios generalistas como los especializados privilegian la agenda básica de la inclusión en general, sin relacionarla con la del envejecimiento saludable o activo, que impacta directamente a estas personas.

Como muestra sirva el estudio de Llorente-Barroso, Kolotouchkina, & Mañas-Viniegra (2021), que desarrolla una investigación demostrando la capacidad operativa de las TIC en los adultos mayores confinados durante la pandemia ha tenido un rol valioso entre 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 América Latina 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.

Conclusiones

Se pueden extraer algunas conclusiones de interés que dan a conocer cómo informa la prensa digital a través de sus titulares sobre el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, destinadas al uso y beneficio del público adulto mayor. En primer lugar, queda claro que los niveles de información de calidad para el adulto mayor en Latinoamérica son mínimos, en comparación con la cobertura informativa que se presenta en España, país donde los medios son mucho más diversificados y que cuenta con mayor consciencia de la relevancia de este público.

Se puede identificar algunos patrones de contenido en los medios de comunicación 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 generalistas de 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 es un modelo interesante 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 y su relación con la tecnología, con el uso de una narrativa que alienta a 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.

De otro lado, 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, para facilitar su inclusión digital y procurar su envejecimiento activo en la sociedad.

En esa línea es importante el gran 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, puede asegurarles 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 mediática, 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 a 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, así como hacer visible las potencialidades de este grupo etario en el mercado digital, desde sus libertades de conocer y consumir productos tecnológicos que le sumen a su vida.

Conflicto de Interés

Ninguno declarado

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. *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:10.17811/ebl.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:doi: 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., Cierniak-Emerych, A., Michalski, G., Poulouva, P., Mohelská, H., & Klimova, B. (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., Downey, J., Chen, A., & Lu, H.-K. (2021). Why taiwanese seniors use technology. *Asia Pacific Management Review*, 149-159. doi:<https://doi.org/10.1016/j.apmr.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
- Knowles, B. &. (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., Martos-Enrique, M., & Galiana-Camacho, T. (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., Kolotouchkina, O., & Mañas-Viniegra, L. (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., Pretel-Jiménez, M., Abad-Alcalá, L., Sánchez-Valle, M., & Viñarás-Abad, M. (2018). Administración electrónica y comercio electrónico como instrumentos para un envejecimiento activo. *Aula Abierta*, 47(1), 87-96. doi:DOI: <https://doi.org/10.17811/rifie.47.1.2018.87-96>
- Mullo López, A. d.-M. (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=El%20objeto%20de%20la%20Convenci%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., González, N., & Sedeño, A. (2017). La competencia mediática en la población mayor. Diagnóstico de la realidad española. *Signo y Pensamiento*, 36(70), 94-111. doi:doi: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/>
- 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>
- Sunkel, G. y. Ullmann, H. (23 de diciembre de 2019). Las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital. *Revista CEPAL*, 243-268. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/notas/tecnologias-la-informacion-comunicaciones-tic-clave-la-inclusion-personas-mayores-america>
- Tejedor, S. P. (2020). Análisis del modelo de ingresos en medios nativos digitales de carácter alternativo en España. *Revista de Comunicación*, 275-295. doi:DOI: <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A16>
- Vega, O., & Quintero-Romero, S. (2019). Persona adulta mayor y TIC: un ambiente propicio para consolidar. *Anales en Gerontología*. 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.

Este preprint fue presentado bajo las siguientes condiciones:

- Los autores declaran que son conscientes de que son los únicos responsables del contenido del preprint y que el depósito en SciELO Preprints no significa ningún compromiso por parte de SciELO, excepto su preservación y difusión.
- Los autores declaran que se obtuvieron los términos necesarios del consentimiento libre e informado de los participantes o pacientes en la investigación y se describen en el manuscrito, cuando corresponde.
- Los autores declaran que la preparación del manuscrito siguió las normas éticas de comunicación científica.
- Los autores declaran que los datos, las aplicaciones y otros contenidos subyacentes al manuscrito están referenciados.
- El manuscrito depositado está en formato PDF.
- Los autores declaran que la investigación que dio origen al manuscrito siguió buenas prácticas éticas y que las aprobaciones necesarias de los comités de ética de investigación, cuando corresponda, se describen en el manuscrito.
- Los autores declaran que una vez que un manuscrito es postado en el servidor SciELO Preprints, sólo puede ser retirado mediante solicitud a la Secretaría Editorial deSciELO Preprints, que publicará un aviso de retracción en su lugar.
- Los autores aceptan que el manuscrito aprobado esté disponible bajo licencia [Creative Commons CC-BY](#).
- El autor que presenta el manuscrito declara que las contribuciones de todos los autores y la declaración de conflicto de intereses se incluyen explícitamente y en secciones específicas del manuscrito.
- Los autores declaran que el manuscrito no fue depositado y/o previamente puesto a disposición en otro servidor de preprints o publicado en una revista.
- Si el manuscrito está siendo evaluado o siendo preparando para su publicación pero aún no ha sido publicado por una revista, los autores declaran que han recibido autorización de la revista para hacer este depósito.
- El autor que envía el manuscrito declara que todos los autores del mismo están de acuerdo con el envío a SciELO Preprints.