

El desarrollo de la competencia mediática en personas mayores: una brecha pendiente

Resumen

El actual desarrollo de la sociedad de la información trajo consigo el fenómeno de las brechas por superar, en cuanto las posibles estrategias que han sido diseñadas por las distintas instancias gubernamentales para que las personas en general, puedan participar de los beneficios que reporta el actual paradigma de desarrollo. Las personas mayores corresponden a un grupo etario cuyo exponencial incremento poblacional supone un desafío para los diseñadores de políticas públicas. Propiciar su acceso para usar y consumir la tecnología, requiere un desarrollo de habilidades mediáticas que le permitan acceder a los beneficios que puede reportar la sociedad de la información.

Palabras claves: habilidades mediáticas, adultos mayores, comunicación y educación, alfabetización mediática.

Resumo

O atual desenvolvimento da sociedade da informação trouxe o fenômeno das lacunas a superar, como as possíveis estratégias que são projetadas para todos os níveis de governo, para que as pessoas, em geral, possam participar dos benefícios do atual paradigma de desenvolvimento. Os idosos são um grupo etário cujo crescimento exponencial em tanto grupo da população representa um desafio para os gestores políticos. Facilitar o acesso deste grupo para usar e consumir tecnologia requer o desenvolvimento de habilidades de comunicação que lhes permitam participar dos benefícios da sociedade da informação.

Palavras-chave: habilidades de mídia - idosos - Comunicação e Educação - literacia mediática

Abstract

The current development of information society has brought about the phenomenon of gaps to overcome, and the possible strategies that are designed by all levels of government agencies so that people, in general, can participate in the benefits of the current development paradigm. The elderly are an age group whose exponential population growth poses a challenge for policy makers. Access, consumption and the use of technology, requires the development of media skills that enable them to benefit from it.

Keywords: media skills - seniors - communication and education - media literacy



Ángel Hernando

Profesor de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Huelva (España)

Correo:
angel.hernando@dpsi.uhu.es



Alejandra Phillippi

Magíster en Educación y Multimedia del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) de Chile

Correo:
aphillippi@cntv.cl

Recibido: octubre 2013
Aprobado: noviembre 2013

El rol social de las TIC. Entorno de uso y consumo en la actualidad

Lo distintivo de la actual Sociedad de la Información, es la organización social que se ha hecho en torno a las tecnologías de la información y de la comunicación, que trajo consigo un modelo de desarrollo y producción, anclado en una lógica de red (Castells, 2000). Los esfuerzos por participar de este modelo de desarrollo implican sendos esfuerzos por los organismos internacionales y los estados para poder participar de este modelo de desarrollo e incluir a sus ciudadanos, lo que ha requerido de políticas diseñadas expresamente con esta finalidad.

Lo distintivo de la actual Sociedad de la Información, es la organización social que se ha hecho en torno a las tecnologías de la información y de la comunicación, que trajo consigo un modelo de desarrollo y producción, anclado en una lógica de red

En términos concretos las personas han debido habituarse a transitar por entornos digitales que incorporan en su uso unas ciertas destrezas para poder participar de los beneficios que dejan al alcance de todos, la distribución de información y la oportunidad de ampliar los propios horizontes, basada en la idea de la común tarea de perseguir el desarrollo de una sociedad de la información, sustentado en el conocimiento compartido garantizado a partir del acceso universal (CMSI, 2006). En esta dimensión el entorno se ha mediatizado a través de distintos dispositivos que incrementan la capacidad de comunicación e intercambio. La

emergencia de los computadores personales, las *tablets* y la telefonía móvil, ofrece la posibilidad de un permanente consumo de mensajes que implica una particular manera de leer y poder decir, pues estos dispositivos no solo entregan la oportunidad de acceder a ellos sino también disponen la posibilidad de replicar al instante. Así participar en estos entornos se ha constituido en la forma de consumo cultural que implica determinadas apropiaciones a partir de cada individuo con la

posibilidad de intercambiar sentidos simbólicos que reportan el valor al uso de estos tipos de dispositivos (García-Canclini, 1992).

Martín-Barbero (2002, p. 248) asegura que: «la ciudad-espacio de comunicación aparece como otra atalaya desde la que vislumbrar cambios de fondo. La estrecha relación entre expansión/estallido de la ciudad y crecimiento/densificación de los medios y las redes electrónicas, está exigiendo pensar la envergadura antropológica de los cambios en *los modos de estar juntos*, esas nuevas sociabilidades que empatan con los nuevos escenarios urbanos de comunicación».

Esta noción propuesta por Martín Barbero describe el desafío que constituye para cada estado ofrecer condiciones de equidad para una inclusión digital que determina la inclusión social de cada sujeto, en una sociedad que se transforma y supone nuevas sociabilidades. El acceso a la información globalizada, participar en la red, la comunicación a través de los medios electrónicos, constituyen elementos de importancia para el desarrollo de competencias ciudadanas (Gros y Contreras, 2006), el cambio social que supone el advenimiento de un nuevo contexto sociocultural de desarrollo impone exigencias para asegurar la inclusión social de los diversos sujetos. Estas nuevas demandas para los que toman decisiones parecen estar claras, así son innumerables las acciones que hasta la fecha se reportan, como tendientes a alcanzar esta meta. Entre los avances alcanzados esta la determinación de algunos por reconocer los desafíos en cuanto a las habilidades y formación requerida para las personas que han de participar en forma efectiva del modelo social propuesto.

Entre estos consensos se destaca, la definición de la alfabetización mediática por la Comisión Europea (2006a), como la capacidad de consultar, comprender, apreciar con sentido crítico y crear contenido en los medios de comunicación. Esto se considera necesario para el desarrollo de una ciudadanía plena y activa. Ofrece a las personas la posibilidad de desarrollarse según sus gustos, formación o ideología sin limitaciones espacio-temporales en la inmensidad de medios de comunicación ligados a la tecnología digital (televisión, cine, Internet, telefonía móvil, radio...). Surge la promesa de que cada persona tenga posibilidades de voz y de voto en decisiones que le atañen.

Si bien, los esfuerzos iniciales dieron cuenta de la necesidad de asegurar el acceso para superar la brecha económica, que suponía este modelo de desarrollo, hoy emergen nuevos desafíos: el nivel de alfabetización mediática de los mayores es considerablemente bajo. La nueva sociedad de la información y de la comunicación necesita nuevas formas de alfabetización digital que incorpore a la sociedad en su conjunto.

Proyecciones poblacionales del adulto mayor y la inclusión digital de los adultos mayores

Actualmente el incremento de la población de mayor edad se viene convirtiendo en un desafío social que significa que altos porcentajes de la población alcancen importantes niveles de esperanza de vida. Los cambios en las tasas demográficas no tienen precedentes. El incremento de la población mayor de 60 años, acompañado de la disminución de los porcentajes de niños y adolescentes, fue el dato que orientó el debate de la Segunda Asamblea Mundial del Envejecimiento (Organización de Naciones Unidas, 2003).

En América Latina y el Caribe la proyección de las cifras define que durante el año 2036, el número de personas mayores superará la población infantil, lo que vuelve urgente definir políticas que aseguren la calidad de vida y las demandas de servicios adecuadas para las personas de esta edad. Entre los aspectos que se relevan de la Carta de San José (CEPAL, 2012), se reitera la convicción de que las personas mayores deben poder disfrutar de su derecho a la educación en el sentido del aprendizaje permanente, esto incluye la necesidad de impulsar acciones que garanticen el acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones de las personas mayores.

En el mismo sentido en Europa existen claras iniciativas tendientes a incorporar los desafíos que representa el envejecimiento de la población en desmedro del incremento de la población juvenil y los desafíos laborales que esto representa y la forma de la organización social europea, definen la necesidad de establecer una oferta concreta a nivel educativo (Comisión de las Comunidades Europeas, 2006b), por una parte para incrementar la fuerza laboral y elevar sus niveles, así como seguir asegurando una inclusión social a partir

de la oferta oportuna de ofrecer una suerte de vigencia de los más adultos de la población.

Según cifras de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), Chile es uno de los países considerados con «envejecimiento acelerado», el 2025 tendrá el índice de envejecimiento más alto de la región, superando a países que tradicionalmente tuvieron las tasas de envejecimiento más altas (Argentina y Uruguay). Para el 2050 la proporción de personas mayores alcanzará el 28% de la población (Segunda Encuesta Nacional Calidad de Vida en la Vejez, Chile, 2010).

Actualmente, no se ha analizado en profundidad cómo puede afectar a nuestros mayores, en su día a día, la «brecha digital». Intente usted explicarle a un adulto, que nunca ha utilizado una tarjeta de crédito, cómo puede pagar con ella y dónde está el dinero para hacerlo, su uso, a lo largo de toda su vida, ha sido el dinero en metálico o bien la cartilla de ahorros donde veía reflejada la cantidad de dinero que tenía y la que le detraían por el pago realizado en el banco. Varias investigaciones apuntan a las ventajas de utilizar las TIC en la educación de personas mayores (Barrio, Barrio y Quintanilla, 2007; Cano y Expósito, 2006; De Arriba, 2008).

La utilización y el acceso a la firma digital, el acceso a chats, a foros digitales o a los correos electrónicos son elementos muy importantes para el desarrollo de competencias comunicativas de los ciudadanos (Gros y Contreras, 2006). A la fecha la sistematización de políticas de inclusión tecnológica de las personas mayores, resultan escasas y atienden a objetivos en su mayoría muy específicos y diversos en sus alcances. En ocasiones, la educación permanente logra ser el contexto ideal para fomentar su uso, y en otras, como las acciones definidas por los municipios, son parte de las distintas definiciones de una necesidad creciente pero que no logra alcanzar la luz de manera consolidada. En el caso específico de Chile, el Servicio Nacional del Adulto Mayor reconoce una falta de oportunidades a nivel educativo y dentro las acciones define incorporar talleres de «alfabetización digital» para adultos mayores, en el marco del programa Biblio-redes, que ofrece conectividad en las bibliotecas públicas (SENAMA, 2012). Otras experiencias internacionales, dan cuenta de incorporar las TIC en prácticas cotidianas de los individuos, así se

pueden sumar diseños de redes sociales, como el implementado en la India que busca responder específicamente a las necesidades etarias, este es el ejemplo de «Verdurez» (www.verdurez.com). Lo que se intenta dejar de manifiesto son las evidentes diferencias para abordar posibles soluciones ante el desafío que constituye capacitar y desarrollar habilidades para este creciente entorno mediático y disminuir esta brecha pendiente. En general las acciones tienden a desarrollar estrategias que se fundamentan en concepciones que son parte del debate del presente documento.

Desarrollo de habilidades mediáticas en adultos mayores

Si tenemos en cuenta que «una vez que toda la información está en la Red, una vez que el conocimiento está en la Red, el conocimiento codificado, pero no el conocimiento que se necesita para lo que se quiere hacer, de lo que se trata es de saber dónde está la información, cómo buscarla, cómo procesarla, cómo transformarla en conocimiento específico para lo que se quiere hacer.» (Castells, 2005, p. 212). Esta capacidad no se adquiere por «inmersión tecnológica» y es necesario aprender a aprender, pero esta capacidad es socialmente desigual y, entre otros aspectos, está ligada a la edad. La «brecha digital» además de estar relacionada con diferencias socioeconómicas también lo está, y mucho, con la edad, especialmente en grupos de edad más alejadas de las generaciones digitales como son las personas mayores de 60 años.

Pero no se trata de formarlos en el manejo de las herramientas sino en las utilidades para su vida diaria, como pedir una cita médica, realizar gestiones bancarias, localizar a un antiguo familiar o llamar a un amigo. En otras palabras, es necesario formarlos en competencias mediáticas para su desarrollo personal y social. La «alfabetización mediática» para este colectivo no se produce, al contrario que en otras edades, por «inmersión tecnológica», sino que se hace preciso políticas activas de desarrollo de habilidades mediáticas, es decir, el diseño e implementación de programas y acciones que vayan permitan optimizar el desarrollo de habilidades mediáticas en adultos mayores. Es preciso superar la «resistencia al cambio», algo propio de los seres humanos que parece acentuarse con el transcurso de la edad. El consumo diario de los medios no garantiza la competencia

audiovisual, sino que es imprescindible una formación crítica en alfabetización audiovisual y mediática, entendiendo éstas como las destrezas, habilidades, actitudes y aptitudes mínimas – que no profesionales– para poder interpretar juiciosamente el bombardeo de imágenes y contenidos mediáticos y telemáticos en soporte visual, sonoro y audiovisual, que forman parte ya consustancial de nuestro hábitat cotidiano.

El desarrollo de las nuevas tecnologías, junto a los más tradicionales sistemas de información y comunicación, son las coordenadas que definen a los hombres y mujeres de este siglo en general (Hernando y Aguaded, 2011), El fenómeno comunicativo es, sin duda, la nota más trascendental y significativa que caracteriza la sociedad del mundo contemporáneo. Aunque en todos los períodos de la historia el hombre se ha servido de instrumentos para comunicarse, la magnificación y universalización de los medios y recursos del mundo contemporáneo han hecho que esta actividad tan específica del género humano se haga especialmente singular en nuestros días. Aunque de manera especial este fenómeno está siendo estudiado para las nuevas generaciones, inmersas desde su nacimiento en un entorno progresivamente mediatizado, no es menos cierto que adultos en general y adultos mayores, de manera específica, les ha tocado vivir estos tiempos donde una serie de cambios vertiginosos dificultan interiorizar las competencias necesarias para el correcto uso de los medios. Debido al efecto de los medios de comunicación y las tecnologías de la comunicación y la información se está configurando un nuevo modelo de hombre y sociedad de la que no deben ser excluidos aquellos que por causa de su edad no pueden ser considerados no ya nativos digitales sino tan siquiera alfabetizados digitales. Se hace por tanto preciso planificar y proyectar una serie de acciones que faciliten una educación para el conocimiento de estos nuevos mensajes, a los adultos mayores, en el contexto de una sociedad cada vez más mediática.

El acceso a la innovación y a las TIC es fundamental si queremos evitar el distanciamiento generacional y el hecho de que los adultos mayores se sientan desbancados en el mundo actual (Agudo, Pascual y Fombona, 2102). Las acciones a realizar para aumentar las habilidades mediáticas de los adultos mayores, deben seguir una metodología de tipo experiencial ya que se hace preciso en ellas huir de

contenidos que se basen únicamente en aspectos teóricos y, no debemos olvidar que uno de los aspectos más importantes es que las personas mayores tengan la oportunidad de interpretar y analizar, desde su criterio, las imágenes y los mensajes audiovisuales. Las personas mayores han de ser capaces de realizar un análisis crítico de los productos audiovisuales que ven y escuchan, que sean capaces de interactuar con ellos de forma eficaz (Ferrés, 2007).

Otro línea de acción iría destinada a «romper el miedo a romper», de todos es sabido el auténtico miedo con el que se enfrentan algunos mayores en su interacción con los dispositivos que utilizamos en los medios, piensan que el tocar determinada tecla o botón puede traer aparejado la rotura o daño del dispositivo por lo que prefieren no usarlo, una acción clara, en aras del aumento en la utilización de los dispositivos, debe ir destinada a la pérdida de ese miedo, a la clara toma de conciencia de la reversibilidad de las acciones realizadas y como éstas, en el caso de que se produzca un error, pueden ser subsanadas.

Si en otros colectivos de edad se ve claramente la necesidad de utilizar a los pares en los programas encaminados a aumentar la competencia, no es menos cierto que en estas edades éstos también deben ser tenidos en cuentas en la implementación de programas. La utilización de «mediadores digitales» de edades similares a los destinatarios se hace de todo punto necesario. Si se dispone de adultos mayores con las adecuadas habilidades mediáticas, éstos son un recurso insustituible para trabajar con sus mismos grupos de edad ya que «hablan el mismo idioma» y se «mueven en el mismo territorio» que sus coetáneos por lo que sus mensajes y enseñanzas son más fácilmente entendidos por su iguales y pueden facilitar la pérdida de miedos y el aumento de actitudes favorables a una correcta utilización de los medios.

Algo que los teóricos de la educación han constatado desde hace tiempo es como aumenta la motivación al aprendizaje de una tarea cuando los contenidos a aprender son funcionales, este principio psicoeducativo debe ser trasladado al cualquier tipo de programa o acción que pretenda el aumento de las habilidades mediáticas de los mayores, es decir, trasladar de manera clara la funcionalidad de los contenidos que se trabajen,

teniendo claramente en cuenta que la funcionalidad de un contenido varía en función de la edad y algo que pueda ser muy necesario y útil para un colectivo, no tiene que serlo para otro y al contrario, por lo que es necesario realizar una concreción de los contenidos en función del grupo de edad al que éste vaya destinado. Si en todo acto educativo es importante tener en cuenta la motivación del alumnado, en los programas de educación para los medios para adultos mayores, se hace imprescindible, ya que sus intereses, gustos, necesidades y preocupaciones han de guiar el conocimiento y apropiación de estos lenguajes que, a priori, están tan insertos en sus hábitos y actividades diarias. Por ello, cualquier programa que no parta de las necesidades concretas de los mayores, difícilmente podrá consolidarse.

Algo que los teóricos de la educación han constatado desde hace tiempo es como aumenta la motivación al aprendizaje de una tarea cuando los contenidos a aprender son funcionales

Desafíos y propuestas

En nuestra opinión se hace necesario elaborar medidas encaminadas a solventar los problemas en este grupo social en concreto. Si pretendemos aumentar el uso de los dispositivos digitales por parte de los adultos mayores, se deben plantear medidas, una primera línea de acción serían las que avancen en pro de la accesibilidad en sus tres aspectos principales, esto es, aumentar la accesibilidad física, de tal manera que puedan encontrar y utilizar estos dispositivos en sus hogares y en los lugares que frecuenten más habitualmente; accesibilidad económica de manera que éstos puedan ser asequibles a la disponibilidad económica que supone depender mensualmente de una pensión de jubilación (equivalente en los momentos actuales al precio de un teléfono móvil de última generación) y; accesibilidad psicológica, para que sientan como algo próximo, válido y necesario, la utilización de los medios en su vida cotidiana. No podemos olvidar que más de la mitad de los usuarios de las TIC en estas edades, las usan desde espacios públicos, sobre todo en los centros socio-municipales a los que acuden, ya que en sus propios domicilios no

tienen estos recursos (Agudo, Pascual y Fombona, 2012).

Otra línea de acción estaría relacionada con la adaptación. Los dispositivos a utilizar por los mayores deben estar adaptados, es decir, si es fácilmente constatable la pérdida de visión y audición que comporta la edad, es preciso adaptar los dispositivos a esta disminución en los sentidos. A nadie se le escapa la disminución de tamaño de algunos dispositivos, por ejemplo los *smartphone*, que han traído consigo que algunos iconos o tipos de letras no puedan ser visibles para personas que no dispongan del cien por cien de visión. Se hace, por tanto, preciso crear o adaptar los dispositivos, al igual que se ha hecho para personas con determinadas minusvalías, a los adultos mayores que puedan presentar una disminución en la audición o visión. Igualmente, no sería del todo descabellado el plantear la creación de dispositivos más intuitivos y de fácil utilización.

Un tercer bloque de acciones a realizar podría ir en la línea del diseño de tutoriales específicos para adultos mayores. Es decir, realizados en un lenguaje claro y exento de la parafernalia lingüística habitual de las TICs, que fueran fácilmente utilizados por este segmento de edad que, obviamente, no son nativos digitales, y pudieran facilitarles el autoaprendizaje de las habilidades mediáticas. Es fácil constatar el aumento de libros de autoayuda, de autocuidado y de fomento de hábitos de vida saludable, destinados a este colectivo de edad, así mismo se puede constatar la inexistencia de tutoriales o libros de ayuda para el fomento de las habilidades digitales. Se hace por tanto preciso la existencia de buenos recursos y materiales didácticos. Sería conveniente insistir en la confección, puesta en práctica y evaluación de materiales didácticos que se destinen a la educación de adultos mayores como usuarios críticos y creativos de los medios, es decir, la formación de personas que sean conocedoras de los nuevos lenguajes audiovisuales de nuestra sociedad y sean capaces de apropiarse críticamente de ellos y de emplearlos creativa y activamente como canales personales de comunicación.

Otra línea sería favorecer la utilización del tiempo libre, cada vez más asociada a la utilización de dispositivos, de una forma activa y saludable en nuestros mayores de manera que se eviten

situaciones como las que se observan en algunos parques de adultos mayores sentados en los bancos, hora tras hora, viendo pasar el tiempo. Una dimensión perversa de la resignación que suponga, única y exclusivamente, el paso del tiempo. En el envejecimiento normal, el hecho de poder tener acceso a los ordenadores e Internet, puede contribuir al desarrollo de nuevos lazos y relaciones sociales, abrir nuevas ventanas al mundo y nuevas herramientas de comunicación (Juncos, Pereiro y Facal, 2006), por supuesto, también puede permitir el acceso a la cultura y una educación permanente además de la implicación en actividades sociales.

Es necesario, por tanto, asegurarse de que las innovaciones tecnológicas en comunicación vayan acompañadas de medidas que fomenten la apropiación y utilización de éstas por parte de los adultos mayores para ello, además de las medidas anteriormente expuestas, puede ser interesante la puesta en marcha de campañas de alfabetización mediática relacionadas con las innovaciones en tecnologías de la comunicación y al mismo tiempo, recomendar a los ciudadanos un uso apropiado de esas innovaciones con conciencia y pensamiento crítico. Fomentar la colaboración de todos los agentes involucrados en estas campañas: centros de investigación, industria, sistema educativo, el sistema de medios de comunicación así como las instituciones y asociaciones que representan a los ciudadanos.

También se hace preciso asegurar la alfabetización mediática en el sistema de educación permanente. Todos los ciudadanos: niños, jóvenes, adultos y ancianos tienen necesidad de formación en el área de la alfabetización mediática con el fin de poder participar, de una manera adecuada, en la sociedad de la información. Se hace preciso por tanto asegurar la educación y formación en alfabetización mediática como una parte importante de las competencias básicas que debe tener todo ciudadano. Los programas universitarios de «Aula de Mayores», que desde la década de los años 60 del siglo pasado en los Estados Unidos y posteriormente en la década de los años 70 del siglo pasado en el contexto europeo se han ido creando programas para personas mayores (Orte, 2006), son un buen exponente de este tipo de acciones. Los contenidos de cada universidad para este alumnado especial son diferentes. Dichos planes de estudios tienen una validez académica oficial pero sin eficacia profesional

puesto que no son títulos oficiales (Lorenzo, 2008). Los beneficios que tienen los mayores que asisten a estos programas son, según Arnay (2006), la consecución de más recursos cognitivos, sociales y afectivos para el desarrollo personal, afrontar nuevos retos, tener una actitud reflexiva y crítica de la sociedad en donde se encuentran.

El desafío que impone el incremento demográfico a nivel mundial, que tiene matices conforme a las trayectorias propias de cada latitud, debe significar atender a las instancias organizativas que impulsan acciones para satisfacer las demandas que significa una población cada vez mayor, implica también comprender y definir líneas de investigación para describir las dificultades que impiden que la inclusión digital de las personas mayores, y diseñar estrategias eficientes, que frene las marcadas tendencias que dejan en evidencia los bajos niveles de alfabetización mediática que tienen este grupo etario. No hay duda de que nos encontramos inmersos en una nueva etapa de la historia, marcada de manera significativa por un entorno globalizado y audiovisual; éste es un

referente esencial para conocer y comprender nuestro mundo y para explicar nuestra forma de ser y de vivir. La prensa, la radio, la televisión, el cine, la publicidad, Internet, construyen un complicado entramado de lenguajes y mensajes que envuelven la expresión de nuestros días. Nuestro reto no es otro que integrar las innumerables posibilidades audiovisuales –los medios y las tecnologías de la información y la comunicación– y reflexionar sobre sus lenguajes, sus maneras de informar y organizar el mundo, y sus poderosas armas para recrearlo y «construirlo». En consecuencia, propugnamos educar sobre estos nuevos medios y estos nuevos lenguajes para reconocer de forma inteligente y activa el fenómeno de la comunicación y evitar la ya llamada «fractura digital» (Hernando y Aguaded, 2011). La definición de políticas a nivel regional es un apoyo para generar conciencia de los desafíos que significa, por una parte incorporar a todos a la Sociedad de la Información y por otra atender a las problemáticas específicas que demanda el cambio demográfico, y no descuidar los desafíos de esta brecha. 🌐

Bibliografía

Agudo, Susana, Pascual, M. Ángeles y Fombona, Javier (2012). Usos de las herramientas digitales entre las personas mayores. *Comunicar*, 39, 193-201. (DOI: 10.3916/C39-2012-03-10).

Arnay, José (2006). Las necesidades socio-educativas de las personas mayores en la sociedad actual. (135-173). En C. Corte (coord.). *El aprendizaje a lo largo de toda la vida. Los programas universitarios de mayores*. Madrid: Dykinson.

Barrio, J. Luis, Barrio, M. Luisa y Quintanilla, Margarita (2007). Tecnología y educación de adultos. Cambio metodológico en las matemáticas. *Revista Complutense de Educación*, 18(1), 113-132.

Cano, Pedro y Expósito, Rafael (2006). Una propuesta para el uso de nuevas tecnologías como herramientas docentes en los programas universitarios para personas mayores. (315-323). En M.C. PALMERO (coord.). *Formación universitaria de personas mayores y promoción de la autonomía personal. Políticas socioeducativas, metodológicas e innovaciones*. Burgos: Universidad de Burgos.

Castells, Manuel (2005). Internet y la sociedad red. (203-228). En D. De Moraes (Coord.), *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder*. Barcelona: Icaria editorial.

Comisión de las Comunidades Europeas (2006a).

Comunicación de la Comisión Europea: La nueva generación de programas comunitarios de educación y formación después de 2006. (hwww.sifemurcia-europa.com/servlet/sife.GestionDocs?METHOD=VISTAGESTIONDOCS) (Consulta: 09-10-13).

Comisión de las Comunidades Europeas (2006b) *Comunicación de la Comisión. Aprendizaje de adultos: Nunca es demasiado tarde para aprender*. Bruselas. (http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2006/com2006_0614es01.pdf) (Consulta: 13-10-2013).

CEPAL (2012) *Informe de la Tercera Conferencia Regional Intergubernamental sobre el Envejecimiento en América Latina y el Caribe*. San José, 8 a 11 de mayo de 2012. (www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/celade/noticias/documentosdetrabajo/4/50154/P50154.xml&xsl=/celade/tpl/p38f.xsl&base=/celade/tpl/top-bottom_env.xslt) (Consulta: 13-10-2013).

Comisión Europea (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*, Bruselas. (http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf) (Consulta: 01-03-2013).

Cumbre Mundial Sobre la Sociedad de la Información (2006). *Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información*. (www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/6rev1-es.html) (Consulta: 13-10-2013).

- Castells, Manuel (2000). *La Era de la Información. Economía, sociedad y cultura*. Tomo I La Sociedad Red. Madrid: Alianza.
- De-Arriba, J. Ángel (2008). Aprendiendo a resolver casos reales mediante la utilización de herramientas informáticas de aprendizaje y colaboración. Estudio experimental en un contexto de formación universitario. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 5 (2), 36-49. (www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/arriba.html) (Consulta: 03-10-2013).
- Ferres-i-Prats, Joan (2006). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del CAC*, 25, 9-17. (www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q25ferres2_Es.pdf) (Consulta: 04-10-2013).
- Ferres, Joan (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29, 100-107.
- García-Canclini, Néstor (1992). *Los estudios sobre Comunicación y Consumo: El Trabajo Interdisciplinario en Tiempos Neoconservadores*. Revista Diálogos de la Comunicación n° 32.
- Gros, Begoña y Contreras, David (2006). *La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas*. Revista Iberoamericana de Educación, 42, 103-125.
- Hernando, Ángel y Aguaded, J. Ignacio (2011). Recomendaciones para el desarrollo de la alfabetización mediática en Brasil. Propuestas desde la experiencia Europea. *RESGATE*, 19(22), 3-15.
- Juncos, Onésimo, Pereiro, Arturo & Facal, David (2006). Lenguaje y comunicación. En C. Triado & F. Villar (Eds.). *Psicología de la vejez*. Madrid: Alianza.
- Lorenzo, J. Antonio (2008). Propuesta de regularización del acceso a las enseñanzas universitarias oficiales para mayores de 50 años desde los programas universitarios para personas mayores. (151-164). En M.C. Palmero (Coord.), *Formación universitaria de personas mayores y promoción de la autonomía personal. Políticas socioeducativas, metodológicas e innovaciones*. Burgos: Universidad de Burgos.
- Martín-Barbero, Jesús (2002). *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Organización de Naciones Unidas (2003). *Declaración Política y Plan de Acción Internacional de Madrid sobre el Envejecimiento*. Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento. (<http://social.un.org/ageing-working-group/documents/mipaa-sp.pdf>) (Consulta: 14-10-2013).
- Orte, Carmen (Coord.). (2006). *El aprendizaje a lo largo de toda la vida. Los programas universitarios de mayores*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA) e Instituto Sociología UC (2010) *Chile y Sus Mayores. Resultados Segunda Encuesta Nacional Calidad de Vida en la Vejez*. Santiago de Chile (www.senama.cl/filesapp/ChileYsusMayores_EncuestaCalidaddeVida.pdf) (Consulta: 14-10-2013).
- Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA) (2012). *Política Integral de Envejecimiento Positivo*. Santiago de Chile. (www.senama.cl/filesapp/PoliticaAM.pdf) (Consulta: 15-10-2013).