



Investigación, transferencia y comunicación. Acciones y resultados en torno a la Brecha Digital Generacional en la Comunidad Valenciana (datos 2023)

CÁTEDRA DE BRECHA DIGITAL GENERACIONAL

Abstract

This report contains the research, knowledge transfer and communication actions conducted in 2023 in order to 1) develop a tool for measuring a series of skills, targeted at over 54s in the Valencia Region, and 2) promote initiatives for generating knowledge and creating spaces for participation and communication. To that end, a number of actions were carried out, listed in the table of contents of this document.

First, the document presents the main decisions made so as to develop a tool for measuring a set of dimensions related to media literacy and digital skills ("AgeComTest"). The pretest was focused on adults aged over 54 who, on the one hand, were enrolled on degree programmes at public universities in the Valencia Region or, on the other, attended IT workshops at active ageing centres in the cities of Alicante, Elche, Castellón and Valencia. In addition to the quantitative data gathered, other qualitative results obtained from in-class observation were recorded.

Second, meetings were arranged with social stakeholders to present the Research Chair's results and learn from their experience, seeking to set priority lines of action. Following their recommendations, four broad groups of possible actions were established.

Third, more projects on the generational digital divide were promoted through a new award for undergraduate and Master's theses. The aim was to stimulate interest and encourage medium- and high-impact knowledge generation.

Fourth, two free, accessible webinars were held. The lectures delivered at those events are available on the Research Chair's website.

Fifth, several information videos were recorded as part of the campaign "Shared stories: experiences with the digital divide", so as to shed light on and raise awareness of issues related to the generational digital divide. The campaign revolved around five themes: innovation; social intervention; digital needs; intergenerational support; and digital literacy.

Finally, a priority objective this year was to improve communication through the Research Chair's own channels. Three lines of action were established: focusing part of the communication work on the awards for undergraduate and Master's theses; disseminating the activities undertaken by the Research Chair; and giving visibility to its mission by highlighting key concepts and sharing excerpts from studies carried out over these years.

The University of Alicante Research Chair in the Generational Digital Divide is part of the network of research chairs funded by the Valencia Region Government's Department for Innovation, Industry, Trade and Tourism. The Research Chair works with the five public universities in the Valencia Region to analyse and find solutions to the digital divide in the area.

Keywords

MEDIA GENERATION, DIGITAL DIVIDE, MEDIA COMPETENCE, DIGITAL COMPETENCE, KNOWLEDGE TRANSFER.

Resumen

Este informe recoge las acciones de investigación, transferencia y comunicación llevadas a cabo en 2023, con el fin de: 1) elaborar un instrumento de medición de una serie de competencias orientado a mayores de 54 años de la Comunidad Valenciana y 2) promover iniciativas de generación de conocimiento y construir espacios para la participación y comunicación. Para ello, se han programado un conjunto de actividades, que quedan recogidas en el índice de este documento.

En primer lugar, se exponen las principales decisiones tomadas para construir una herramienta de medición de un conjunto de dimensiones relacionadas con las competencias mediáticas y digitales ("AgeComTest"). El pretest se orientó a la población adulta mayor de 54 años que estaba matriculada en los programas universitarios de los centros públicos de la Comunidad Valenciana, por un lado, o asistían a talleres de informática de los Centros de Envejecimiento Activo (CEA) de las ciudades de Alicante, Elche, Castellón y Valencia, por otro. Además de los resultados cuantitativos, también se registraron otros cualitativos procedentes de la observación en el aula.

En segundo lugar, se realizaron reuniones con agentes sociales para presentar los resultados de la Cátedra y escuchar su experiencia, con el propósito de concretar líneas de acción prioritarias. En este punto, se llegó a cuatro grandes bloques de posibles acciones que conformarían las recomendaciones extraídas de este apartado.

En tercer lugar, se continuó promoviendo la realización de proyectos sobre la brecha digital generacional a través de una nueva convocatoria de premios de fin de estudios. El propósito de esta actividad era despertar el interés e incentivar la generación de conocimiento de medio y largo alcance.

En cuarto lugar, se organizaron dos seminarios online accesibles y gratuitos, cuyas conferencias están disponibles en la página web de la Cátedra.

En quinto lugar, se grabó una serie de vídeos divulgativos que formaron la campaña "Historias compartidas: experiencias con la brecha digital" con el propósito de visibilizar y sensibilizar en temas relacionados con la brecha digital generacional. La campaña giró en torno a cinco ejes temáticos: Innovación, Intervención social, Necesidades digitales, Apoyo intergeneracional y Alfabetización digital.

Finalmente, en esta edición de la Cátedra, la comunicación a través de los medios propios fue un objetivo prioritario. Se perfilaron tres líneas de trabajo: centrar parte de la comunicación en la convocatoria de premios de los TFG y TFM, dar a conocer las actividades de la Cátedra y realizar una labor de visibilización de la misión de la Cátedra reforzando la transferencia de conceptos clave y fragmentos de los estudios realizados durante estos años.

La Cátedra Institucional de Brecha Digital Generacional de la Universidad de Alicante forma parte de la Red de Cátedras financiadas por la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo. Así, junto a las cinco universidades públicas valencianas, trata de analizar y proponer soluciones a las brechas digitales en la Comunidad Valenciana.

Palabras clave

GENERACIONES MEDIÁTICAS, BRECHA DIGITAL, COMPETENCIA MEDIÁTICA, COMPETENCIA DIGITAL, TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Agradecimientos: A todas las personas y entidades que participaron en las diferentes acciones de la Cátedra de Brecha Digital Generacional.

©2023, 2024

ISBN: 978-84-09-44950-7

DOI: <https://doi.org/10.14198/bua.2024.papi.brecha>

Equipo Universidad de Alicante

Dirección de la Cátedra: Natalia Papí Gálvez. Equipo de la Cátedra: Natalia Papí Gálvez, Alba María Martínez Sala, Ana Isabel Ibáñez Hernández, Silvia García Espinosa, Daniel La Parra Casado, Jesús A. López Ramón y Francisco Ramón Juan Jover.

Equipo de investigación de la Pompeu Fabra (2023):

Mònica Figueras Maz y Mittzy Arciniega Cáceres.

Informe

Autores/as de los diferentes apartados: Natalia Papí Gálvez, Alba María Martínez Sala, Ana Isabel Ibáñez Hernández, Silvia García Espinosa, Daniel La Parra Casado y Jesús A. López Ramón, de la Universidad de Alicante; Mònica Figueras Maz y Mittzy Arciniega Cáceres, de la Universidad Pompeu Fabra.

Colaboradora: Nieves Erades Pérez, Universidad Miguel Hernández.

Diseño del Informe: Jesús A. López Ramón, Universidad de Alicante.

Traducción en inglés y en valenciano: Felipe Cervantes y Joan Jordi Coderch del Servicio de lenguas Universidad de Alicante (<https://sl.ua.es/>)

Comisión de valoración Premios de Fin de Estudios (2023)

Concepción Brú Ronda, adjunta primera al Síndic de Greuges de la Comunitat Valenciana y colaboradora honorífica de la Universidad de Alicante. Francisca Inés Hernández González, jefa de servicio de análisis y diagnóstico de la brecha digital de la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo. Milagros Julve Negro, vicepresidenta del Consell Valencià de Persones Majors y profesora jubilada de la Universitat de València. Daniel La Parra Casado, catedrático en el departamento de Sociología de la Universidad de Alicante. Natalia Papí Gálvez, directora de la Cátedra de Brecha Digital Generacional.

Entidades colaboradoras en las diferentes acciones (2023)

Dirección general de Personas Mayores de la, actualmente, Vicepresidencia segunda y Conselleria de Servicios Sociales, Igualdad y Vivienda. Centros de Envejecimiento Activo (CEA) de la ciudad de Alicante, Elche, Castellón y Valencia. La Nau Gran de la Universitat de València, Universidad Sénior de la Universitat Politècnica de València, Universidad Permanente de la Universidad de Alicante, Sabiex Universitat Miguel Hernández y otras unidades de todas las Universidades públicas de la Comunidad Valenciana. Asociación Voluntarios de Informática Mayores de la Comunidad Valenciana (AVIM-CV), Asociación de Residencias y Servicios de Atención a los Mayores Lares Comunidad Valenciana, Cruz Roja Comunidad Valenciana, Federación de Asociaciones de Ciudadanos Mayores de la Comunitat Valenciana (CIMA), Federación Organizaciones de Mayores de la Comunitat Valenciana (FOMCOVA), Fundación Desarrollo de Acciones Sociales y Culturales (DASYC), Fundación Pilares para la Autonomía Personal, La nueva asociación del voluntariado, Plataforma del Voluntariat de la Comunitat Valenciana, Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP-Alicante) y Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (SECOT).

Conferenciantes (2023)

Ana Muñoz Gonzalo, miembro de la Junta directiva de la Asociación Estatal de Programas Universitarios de Mayores (AEPUM) y presidenta Xarxa de Programas Universitarios de Mayores de la Comunidad Valenciana (XPUM-CV). Jose Luis Tejedor Azpeitia, vicepresidente de Age-Platform Europe. Alfonso Gutiérrez Martín, catedrático en la Universidad de Valladolid. Charo Sádaba, catedrática en la Universidad de Navarra. Ruth Rodríguez Martínez, profesora en la Universidad Pompeu Fabra. Aleix Martí, investigador en la Universidad Pompeu Fabra.

¿Cómo citar?

Apartados: (Autores/as de cada apartado por orden de aparición) (2024). «Título del apartado». En N. Papí-Gálvez (dir.). *Investigación, transferencia y comunicación. Acciones y resultados en torno a la Brecha Digital Generacional en la Comunidad Valenciana (datos 2023)*. (página/s que abarca el apartado). Edita Cátedra de Brecha Digital Generacional. (URL del apartado).

Informe: Papí-Gálvez, N. (dir.). (2024). *Investigación, transferencia y comunicación. Acciones y resultados en torno a la Brecha Digital Generacional en la Comunidad Valenciana (datos 2023)*. Edita Cátedra de Brecha Digital Generacional. DOI: <https://doi.org/10.14198/bua.2024.papi.brecha>

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.



Apoys: Financiado por la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo.

Otras publicaciones de la Cátedra:

Papí-Gálvez, N. y La Parra-Casado, D. (2023). *La brecha digital generacional en la Comunidad Valenciana: principales indicadores y discursos (datos 2022)*. (Versión publicada). Alicante: Edita Cátedra de Brecha Digital Generacional. <https://doi.org/10.14198/bua.2023.papi.brecha>

Papí-Gálvez, N., y La Parra-Casado, D. (2022). *Informe 2022. Cátedra de Brecha Digital Generacional. Las personas mayores en la era de la digitalización en la Comunidad Valenciana (datos 2021)*. (Versión publicada). Alicante: Edita Cátedra de Brecha Digital Generacional. DOI: <https://doi.org/10.14198/bua.2022.papi.infic>

Papí-Gálvez, N., Martínez-Sala, A.M., e Ibáñez-Hernández, A.I. (2022). *Entidades, proyectos y acciones contra la brecha digital generacional en la Comunidad Valenciana, con especial atención en las iniciativas dirigidas a personas mayores*. Alicante: Edita Cátedra de Brecha Digital Generacional. DOI: <https://doi.org/10.14198/bua.2022.papi.entc>

Papí-Gálvez, N., Martínez-Sala, A.M., y Espinar-Ruiz, E. (2021). *Informe 2020. Cátedra de Brecha Digital Generacional. Las personas mayores en la era de la digitalización*. (Versión publicada). Alicante: Edita Cátedra de Brecha Digital Generacional. ISBN: 978-84-09-28767-3. DOI: <https://doi.org/10.14198/bua.2021.papi.infic>

Medios digitales:

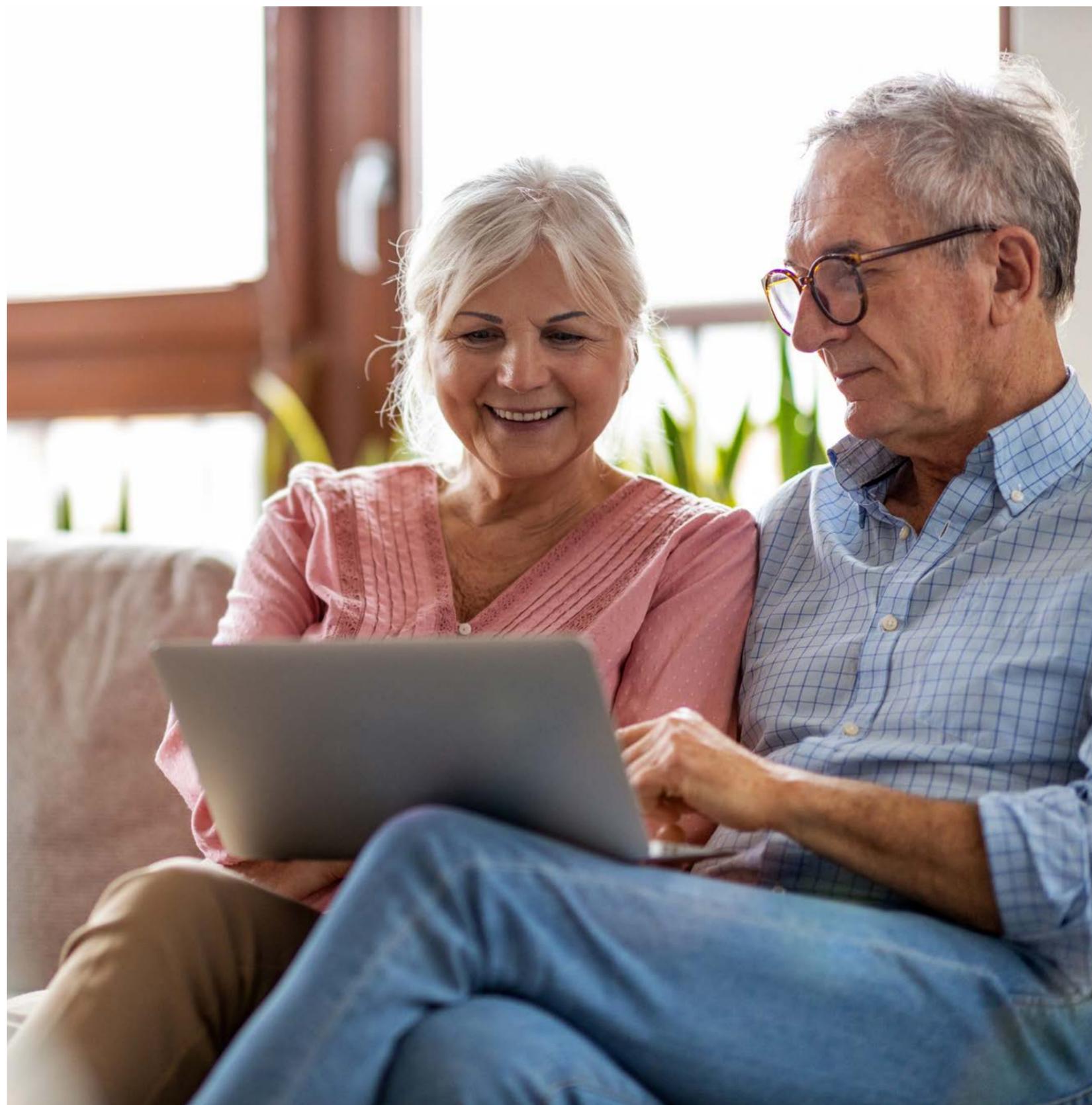
Repositorio de la Universidad de Alicante con los estudios de la Cátedra:
<https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/113221>

Fotografías: Adobe Stock y Pexels.

Web de la Cátedra:
www.brechadigitalgeneracional.com

Redes sociales:
Facebook: @cbdigitalgeneracionalUA/
Instagram: @brecha_digital_generacional/
Linkedin: <https://acortar.link/E8VtRE>
YouTube: @catedrabrechadigitalgenera739/videos





ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Presentación **11**

2. Investigación y Transferencia **17**

- "AgeComTest": una herramienta para la medición de las competencias mediáticas y digitales en adultos mayores
- Encontrar soluciones: sesiones de transferencia
- Incentivar proyectos sobre la brecha digital generacional

3. Transferencia y Comunicación **71**

- Espacios de aprendizaje y colaboración: seminarios online
- Historias compartidas: acción de visibilización y sensibilización

4. Más comunicación **89**

- Los medios digitales: más presencia en internet

5. En breve... Diez recomendaciones para luchar contra la brecha digital generacional **95**

6. Anexos **99**

- Principales resultados de la prueba

7. Índice de figuras y tablas **125**



PRESENTACIÓN

El convenio de colaboración entre la Generalitat Valenciana, a través de la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, y la Universidad de Alicante, del año 2023, es el cuarto acuerdo de las dos instituciones, que representa el compromiso de ambas para continuar con las actividades de investigación, transferencia, divulgación y formación de la Cátedra de Brecha Digital Generacional.

Durante el primer año, 2020, la Cátedra analizó los datos nacionales y regionales recogidos por la encuesta nacional, armonizada con la propuesta de competencias digitales de Europa, y profundizó en aspectos clave de la mano del panel de personas expertas en cada uno de sus ámbitos de trabajo o actividades. En 2021, pudo realizar un estudio cuantitativo centrado en la población de 55 y más años en la Comunidad Valenciana. En esta ocasión, el propósito era disponer de información a nivel regional y provincial de los grupos que mostraban más brechas por edad y reproducir el indicador de las competencias digitales europeo. El tercer año, 2022, reforzó la información cualitativa con el propósito de identificar más factores explicativos en la relación con las tecnologías que establecen los considerados inmigrantes digitales; redundando, así, en la observación de la población mayor de 39 años, también iniciada en la edición 2021.

En consecuencia, desde el año de la pandemia a la actualidad, se han realizado varios estudios y acciones, recabando y difundiendo el conocimiento adquirido a través de actividades específicas, fomentando también la investigación temprana en temas relacionados con la brecha digital generacional y apostando por acciones formativas. Se han organizado tres Encuentros de dos días de duración cada uno, el tercero en formato híbrido, y dos Webinars, con especial atención a su accesibilidad. Todo ello ha sido compartido a través de medios propios.

En el año que aquí ocupa, 2023, se hizo especial hincapié en los procesos de transferencia de conocimiento a través de las siguientes tres vías:

- En primer lugar, con una propuesta de herramienta de evaluación de competencias mediáticas y digitales, previa selección de dimensiones clave según

estudios anteriores (y con especial atención en los grupos de inmigrantes digitales que pudieran presentar brechas según edad);

- En segundo lugar, dando continuidad a los premios de trabajos de fin de estudios relacionados con la Brecha Digital Generacional orientados a la población universitaria de la Comunidad Valenciana y,

- En tercer lugar, reforzando las iniciativas de divulgación de los resultados de la Cátedra por cualquiera de los canales presenciales o digitales, en diferentes formatos, con el propósito de generar el debate e impacto pretendido en los grupos de interés y hacer partícipe del conocimiento adquirido a la sociedad en general.

Como consecuencia, para ser coherentes con esta línea establecida para la cuarta edición, se elabora un informe de actividades realizadas por la Cátedra durante el año 2023, con un tono más divulgativo. Los diferentes contenidos se organizan en torno a los siguientes tres grandes bloques: 1. investigación y transferencia, 2. transferencia y comunicación y 3. más comunicación.

El primer bloque incluye tres actividades orientadas a la transferencia desde las competencias investigativas del equipo. El segundo bloque de contenidos reúne otras dos actividades propuestas desde la experiencia en gestión y docente de las personas implicadas. En estos casos, sobresale tanto la transferencia como la comunicación (y formación) de las iniciativas. Finalmente, se incorpora una única actividad en el último epígrafe para sintetizar todas las acciones de comunicación planificadas que han tenido lugar en esta edición.

Hacia una herramienta para la medición de las competencias mediáticas y digitales en adultos mayores ("AgeComTest")

La propuesta de medición de las competencias digitales en adultos mayores se fundamenta en la información producida por la Cátedra durante los últimos años, pero también en otras investigaciones e iniciativas. En concreto, su realización se basa principalmente en dos marcos: 1.- la propuesta de competencias mediáticas de Ferrés y Piscitelli (2012) y 2.- El Marco Valenciano de Competencias Digitales (2021). Así, fueron seleccionadas, finalmente, algunas competencias de la dimensión de la "tecnología", "lenguajes", "procesos de producción y difusión" e "ideología y valores", del marco de las mediáticas. En cuanto a las digitales, se seleccionaron competencias del área de "Información y alfabetización de datos", algunas del área de "Comunicación y colaboración" y otras de "Seguridad".

Como objetivo de esta acción, el compromiso se circunscribe a la elaboración de la prueba y a la propuesta del instrumento. Para ello se realizó un pretest orientado a la población adulta mayor. En concreto, el destinatario definido fue la población de la Comunidad Valenciana con, preferentemente, más de 54 años, que hubiera utilizado las TIC en los últimos tres meses o estuviera familiarizado con las mismas. La prueba se concibió presencial, pero algunas actividades debían realizarse delante del ordenador, con una duración de una hora en total.

El examen o prueba se testeó en dos perfiles: • Estudiantes de los programas universitarios de los centros públicos de la Comunidad Valenciana y • Asistentes a talleres de informática de los Centros de Envejecimiento Activo (CEA) de las ciudades de Alicante, Elche, Castellón y Valencia. El trabajo de campo tuvo lugar en mayo y junio de 2023.

Además de los resultados cuantitativos, también se registraron otros cualitativos procedentes de la observación en el aula. En este apartado se presentan, así, las preguntas y las principales frecuencias que ayudan a orientar y matizar las cuestiones planteadas, cuyas tablas se incorporan en forma de anexos. Se destaca, aquí, el proceso llevado a cabo, dado el compromiso adquirido.

En este trabajo se implicaron varios investigadores de la Cátedra más dos del equipo de investigación externo que aportaban su conocimiento sobre competencias mediáticas.

Queremos destacar la colaboración de las personas participantes, colaboraciones y entidades involucradas en este trabajo. El equipo agradece la generosa respuesta de todos y cada uno de ellos.

Encontrar soluciones: sesiones de transferencia

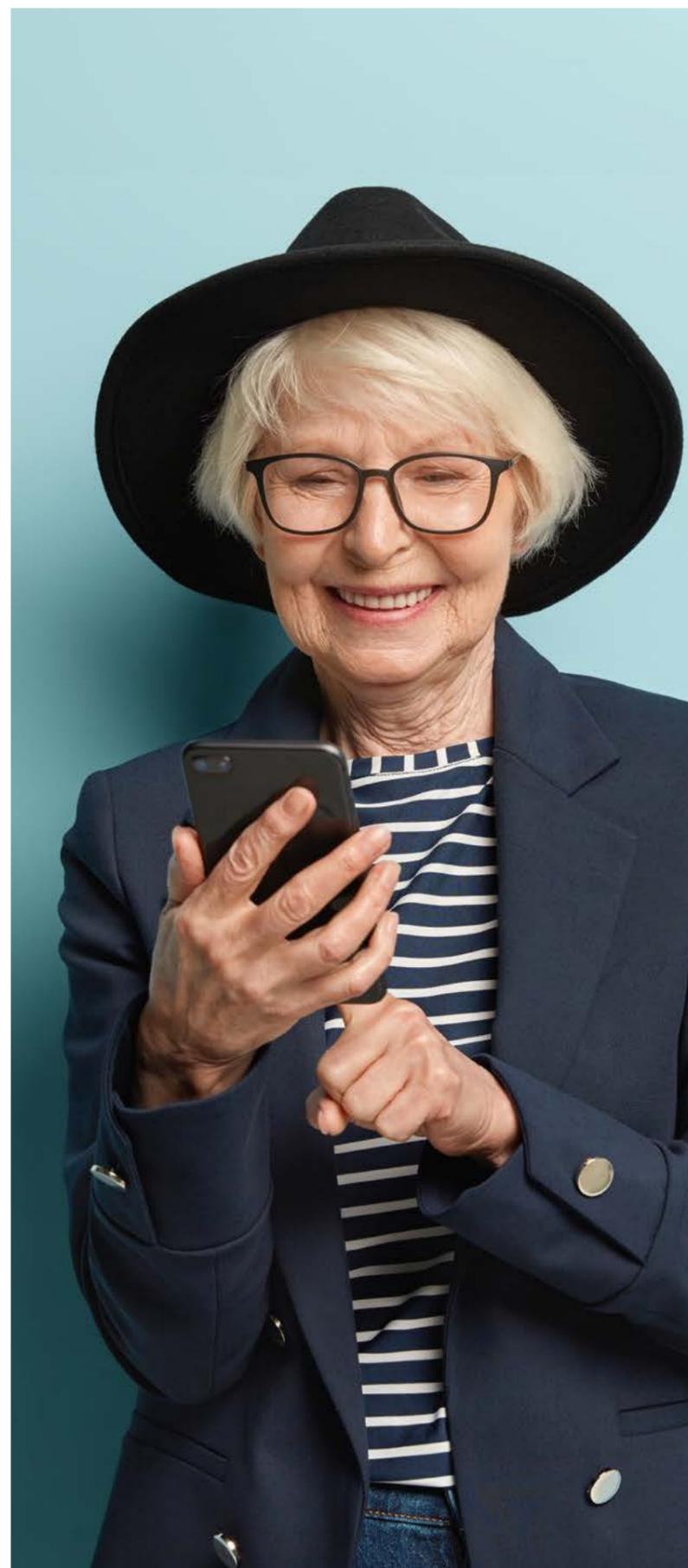
En este apartado se explican las sesiones de transferencia presenciales realizadas por la Cátedra, como iniciativa orientada a la búsqueda de soluciones para disminuir las barreras tecnológicas generacionales.

El propósito de esta iniciativa era transferir los conocimientos y contenidos desarrollados por la Cátedra de Brecha Digital Generacional, creando un espacio enriquecedor para promover el intercambio de ideas, fortalecer alianzas e identificar líneas y acciones prioritarias.

Las sesiones reunieron varios agentes sociales en mesas de trabajo. La selección de participantes se realizó considerando a aquellas organizaciones no gubernamentales, asociaciones o fundaciones, que colaboraron en la Guía de Entidades elaborada en el marco de la Cátedra, en un primer momento, extendiendo la invitación a otras entidades que hubieran puesto en marcha programas orientados a la brecha digital generacional.

Las mesas de trabajo tuvieron lugar los días 12, 13 y 14 de julio de 2023 en las ciudades de Valencia, Alicante y Castellón, respectivamente, bajo la coordinación de la profesora Alba Martínez Sala, pieza clave en la planificación de la actividad, a la que se le sumó la dirección de la Cátedra también en su labor investigadora. En la ejecución estuvieron presentes Silvia García Espinosa y Ana Ibáñez Hernández, que contribuyeron como integrantes del equipo de la Cátedra.

A modo de resultados, se llegó a cuatro grandes bloques de posibles acciones que conformarían las recomendaciones extraídas de este apartado, a saber: 1.- Acciones orientadas al individuo: la alfabetiza-



ción digital, 2.- Acciones orientadas a las aplicaciones: tecnología al servicio del usuario, 3.- Acciones dirigidas a garantizar el acceso y uso con un mínimo de garantías y 4.- Acciones dirigidas a la sociedad: visibilización y sensibilización.

Las entidades participantes han corroborado muchos de los resultados que se habían detectado en estudios anteriores de la Cátedra, pero su experiencia ha permitido identificar aquellas acciones que son más urgentes, y profundizar en aspectos concretos a tener en cuenta en su planificación. Por su parte, consideramos que los resultados de estos estudios de la Cátedra han llegado aún más lejos, contribuyendo al enfoque de futuras intervenciones y construyendo redes de colaboración.

Incentivar proyectos sobre la brecha digital generacional

Uno de los objetivos de la Cátedra es incentivar la investigación temprana sobre temas relacionados con la brecha digital generacional. Con este propósito se lanza la segunda convocatoria de los premios de trabajo de fin de estudios en marzo, adelantándose a las fechas del año anterior e ideando una campaña en redes sociales para poder llegar a más población universitaria.

La Comisión de valoración completa fue nombrada por la Comisión Mixta de la Cátedra y estuvo formada por expertas de la brecha digital generacional y miembros de entidades implicadas en la sociedad, además de los dos participantes de la Cátedra que actuaron como secretario y presidenta.

Espacios de aprendizaje y colaboración: seminarios online

La creación de espacios en los que otras personas puedan compartir sus hallazgos o experiencias es una prioridad para la Cátedra de Brecha Digital Generacional desde sus inicios. Durante el año 2023, se suman, a los cinco eventos ya organizados de estas características, dos seminarios online que se ofrecen gratuitos y en abierto. Son incluidos en las actividades del programa de doctorado del Centro, con la pretensión de aportar a su formación y proponer

líneas futuras de investigación. Los eventos son accesibles y están disponibles en la web de la Cátedra y en su canal de Youtube.

Historias compartidas: acción de visibilización y sensibilización

Tras las sesiones de transferencia, se realizó la grabación de una serie de vídeos divulgativos con los representantes de las organizaciones participantes, y con el fin de visibilizar, concienciar y fomentar el debate social sobre esta problemática. A través de esta acción, la Cátedra de Brecha Digital Generacional quería esbozar una instantánea de la realidad a la que se enfrenta gran parte de la población adulta mayor de la Comunidad Valenciana en su contacto con la tecnología.

Para ello, se plantearon entrevistas, con preguntas abiertas, elaboradas teniendo en cuenta el perfil de cada participante. Se establecieron cinco ejes temáticos considerados claves, a saber: Innovación, Intervención social, Necesidades digitales, Apoyo intergeneracional y Alfabetización digital.

Durante las tres jornadas de grabación se registraron horas de material que, posteriormente, habría que reducir a 8 vídeos de entre 8 y 10 minutos de duración, con montajes dinámicos y cercanos, así como otras tantas versiones cortas, de aproximadamente 1 minuto, que servirían como avance para ser difundidas con mayor facilidad en redes sociales.

En esta actividad la implicación de Ana Ibáñez Hernández fue clave, pues actuó como coordinadora de esta iniciativa, en la que combinó su formación como periodista y su experiencia docente en el ámbito audiovisual. Todo ello se complementa con la asunción de tareas por parte de la segunda autora. Además, debe destacarse la implicación de otros miembros del equipo, dada la labor previamente realizada por parte de Alba Martínez Sala, funciones de apoyo asumidas en la jornada de grabación por parte de Silvia García Espinosa y otras tareas realizadas por Jesús López Ramón.

Principalmente, todo el equipo involucrado está muy agradecido con las personas que participaron y con las entidades que cedieron sus espacios e in-

fraestructuras y servicios para hacer este proyecto también una realidad.

Los medios digitales: más presencia en internet

En esta edición de la Cátedra la comunicación a través de los medios propios fue un objetivo prioritario. Se planificaron diferentes tipos de comunicaciones y formatos, organizados en función de los objetivos planteados en la estrategia de comunicación.

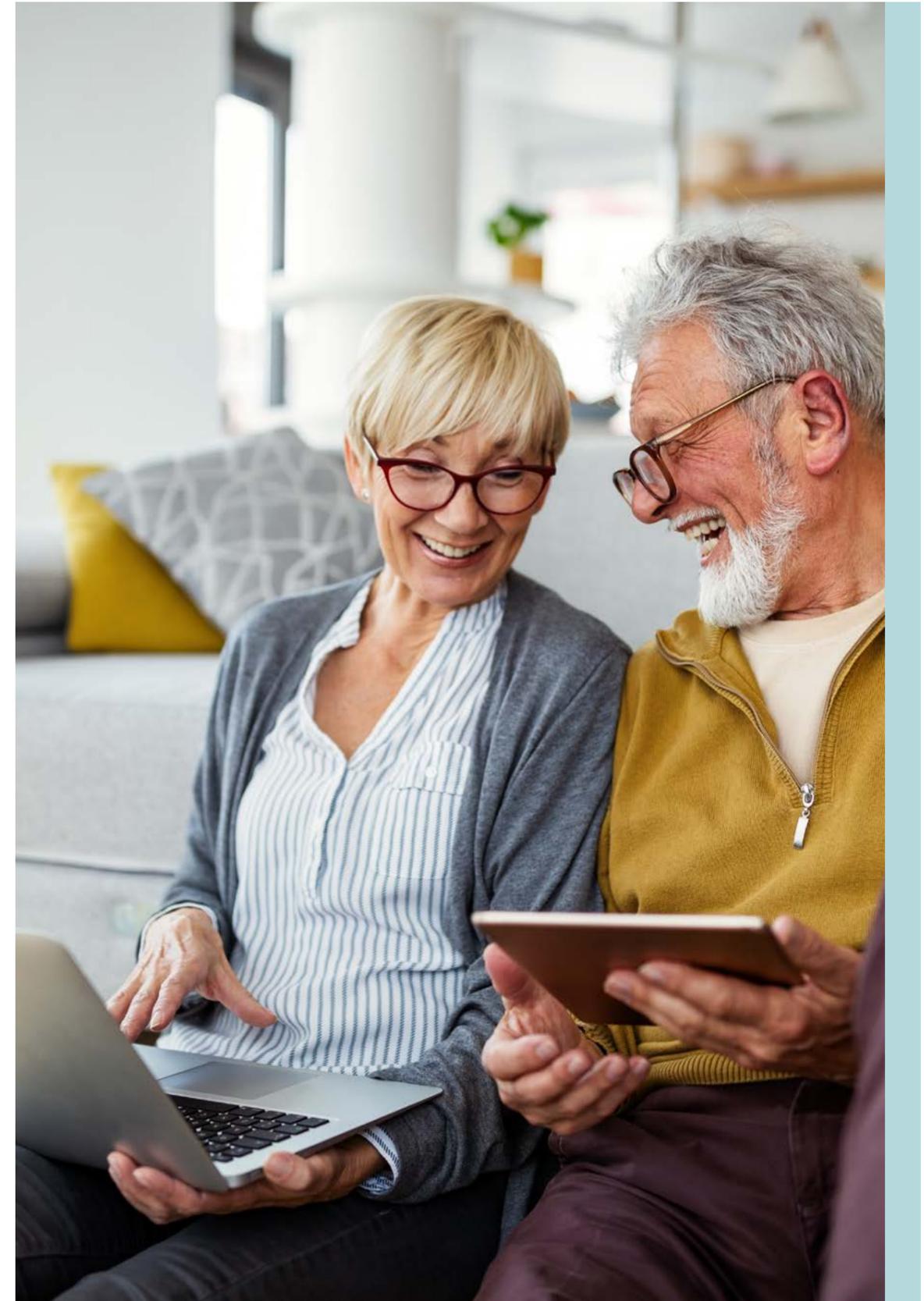
Se perfilaron tres líneas de trabajo: centrar parte de la comunicación en la convocatoria de premios de los TFG y TFM, dar a conocer las actividades de la Cátedra y realizar una labor de visibilización de la misión y visión de la Cátedra reforzando la transferencia de conceptos clave y fragmentos de los estudios realizados durante estos años.

En esta ocasión, la experiencia de Silvia García Espinosa fue clave en la preparación de las artes gráficas y gestión de redes sociales, acompañada de Jesús López Ramón y de la implicación de Natalia Papi Gálvez, desde sus especialidades profesionales y docentes.

A modo de cierre, en años anteriores, la publicación de las actividades de la Cátedra reunía los resultados de los estudios, sin poner excesivo énfasis en otras iniciativas que también habían sido realizadas, por tratarse de actividades ya divulgadas de investigación, formación y transferencia. En cambio, este año se considera oportuno reflejar en este documento la orientación de la Cátedra hacia la sociedad, recogiendo las principales acciones llevadas a cabo durante 2023. Son muchos los medios utilizados y requeridos para llevar a buen puerto cada iniciativa, que se han tratado de resumir en las fichas técnicas de cada acción que acompañan cada apartado.

Consideramos que todo el trabajo habrá merecido la pena si puede ser útil en cualquiera de sus formas o grado. Agradecemos tanto a la Conselleria como a la Universidad todo el apoyo recibido para hacerlo posible.

Natalia Papi Gálvez
Dirección de la Cátedra de Brecha Digital Generacional





INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA

**"AgeComTest":
una herramienta para
la medición de las
competencias mediáticas y
digitales en adultos mayores**

Papí-Gálvez, Natalia
Arciniega Cáceres, Mittzy
Figueras Maz, Mónica
La Parra-Casado, Daniel
García-Espinosa, Silvia

Los estudios de la Cátedra han analizado los datos proporcionados por la Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares, armonizada a nivel europeo. También, en su fase de contextualización, ha profundizado en otros indicadores internacionales. Circunscrito al ámbito de la Comunidad Valenciana, ha profundizado en la macroencuesta del servicio de análisis y diagnóstico de Brecha Digital con un cuestionario basado en el marco valenciano de competencias digitales. Además, la Cátedra ha llevado a cabo su propia encuesta orientada a la población mayor de 54 años, para conocer los principales indicadores relacionados tanto con la brecha digital de primer nivel como del segundo nivel en la Comunidad Valenciana. Los datos recabados por tales estudios han sido completados con investigación cualitativa aplicando entrevistas abiertas y grupos de discusión.

Los resultados de estos estudios quedan recogidos en los informes anteriores, disponibles en el Repositorio de la Universidad de Alicante. Por ellos, se conoce que casi 2 de cada 10 personas mayores de 54 años tienen brecha de primer nivel. Este porcentaje aumenta con la edad, quedando aproximadamente la mitad de los mayores de 74 años excluidos del mundo digital. Entre la población considerada usuaria, también se observa una mayor concentración en competencias relacionadas con la información, aunque siempre menor que en otras eda-

des más jóvenes. Otros factores son claves cuando se analizan las competencias, tales como el perfil educativo. Asimismo, las diferencias entre mujeres y hombres encontradas entre la población usuaria serían explicadas por el género. A su vez, se detecta que el papel de la familia es importante para ciertas personas, pero no debe presuponerse en todos los casos. En cuanto a las acciones a realizar, junto con la necesidad de modificar las páginas web y las aplicaciones y proporcionar una vía presencial, la percepción de la falta de conocimiento y de habilidades está presente en todos los estudios.

En consecuencia, esta edición se propuso trabajar hacia la propuesta de un instrumento de medición que pudiera evaluar las competencias en adultos mayores. Para ello, se revisaron las pruebas existentes orientadas a la adquisición del certificado digital en diferentes comunidades autónomas y otras herramientas centradas en el estudio de otro tipo de competencias que pudieran estar relacionadas con la brecha digital generacional, como las mediáticas. Por lo tanto, a continuación, se exponen las principales decisiones tomadas que desembocaron en "AgeComTest" (test de medición de competencias en adultos mayores en la sociedad digital).

Sección Informe	Investigación y transferencia								
Propósito	Presentar una propuesta para la implementación de una herramienta que permita la evaluación de una serie de competencias orientadas al uso de las tecnologías de la información y comunicación, tanto del ámbito digital como mediático, aplicada especialmente a la población adulta mayor.								
Tipo de acción/es	Estudio: Pretest de la prueba de medición y recogida de información. Herramienta: Propuesta de prototipo para posterior validación.								
Procedimiento/s	Estudio: Metodología cualitativa (observación) y cuantitativa (prueba) (*) Herramienta: Preparación de propuesta de diseño web (con refuerzo externo).								
(*) Diseño del estudio	<table border="1"> <tr> <td>Población</td> <td>Población de la Comunidad Valenciana mayor, preferentemente, de 54 años que haya utilizado las TIC en los últimos tres meses o que esté familiarizada con las mismas.</td> </tr> <tr> <td>Muestra (dos perfiles)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes de los programas universitarios de los centros públicos de la Comunidad Valenciana. Asistentes a talleres de informática de los Centros de Envejecimiento Activo (CEA) de las ciudades de Alicante, Elche, Castellón y Valencia. </td> </tr> <tr> <td>Captación</td> <td>Se contacta con las 5 Universidades Públicas y con un total de 11 CEA. Se realiza la prueba en las aulas de informática de los centros (pues la prueba es escrita, pero algunas actividades deben contestarse delante del ordenador).</td> </tr> <tr> <td>Campo</td> <td>Mayo y junio de 2023.</td> </tr> </table>	Población	Población de la Comunidad Valenciana mayor, preferentemente, de 54 años que haya utilizado las TIC en los últimos tres meses o que esté familiarizada con las mismas.	Muestra (dos perfiles)	<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes de los programas universitarios de los centros públicos de la Comunidad Valenciana. Asistentes a talleres de informática de los Centros de Envejecimiento Activo (CEA) de las ciudades de Alicante, Elche, Castellón y Valencia. 	Captación	Se contacta con las 5 Universidades Públicas y con un total de 11 CEA. Se realiza la prueba en las aulas de informática de los centros (pues la prueba es escrita, pero algunas actividades deben contestarse delante del ordenador).	Campo	Mayo y junio de 2023.
Población	Población de la Comunidad Valenciana mayor, preferentemente, de 54 años que haya utilizado las TIC en los últimos tres meses o que esté familiarizada con las mismas.								
Muestra (dos perfiles)	<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes de los programas universitarios de los centros públicos de la Comunidad Valenciana. Asistentes a talleres de informática de los Centros de Envejecimiento Activo (CEA) de las ciudades de Alicante, Elche, Castellón y Valencia. 								
Captación	Se contacta con las 5 Universidades Públicas y con un total de 11 CEA. Se realiza la prueba en las aulas de informática de los centros (pues la prueba es escrita, pero algunas actividades deben contestarse delante del ordenador).								
Campo	Mayo y junio de 2023.								
Autorizaciones preceptivas	<table border="1"> <tr> <td>GVA</td> <td>Dirección general de personas mayores</td> </tr> <tr> <td>UA</td> <td>Informe positivo del Comité de ética</td> </tr> </table>	GVA	Dirección general de personas mayores	UA	Informe positivo del Comité de ética				
GVA	Dirección general de personas mayores								
UA	Informe positivo del Comité de ética								
Créditos	<table border="1"> <tr> <td>Autores/as de este apartado</td> <td>Papí-Gálvez, Natalia; Arciniega-Cáceres, Mittzy; Figueras-Maz, Mònica; La Parra-Casado, Daniel; García-Espinosa, Silvia</td> </tr> <tr> <td>Agradecimientos</td> <td>Erades-Pérez, Nieves y Ibáñez-Hernández, Ana-Isabel (por su colaboración en el trabajo de campo). A todas las personas y entidades que participaron para hacerlo posible.</td> </tr> <tr> <td>+Recursos</td> <td>Gestión administrativa (Francisco Ramón Juan Jover). Unidad de accesibilidad de la UA. Servicio externo para la propuesta del prototipo.</td> </tr> <tr> <td>Financiación</td> <td>Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).</td> </tr> </table>	Autores/as de este apartado	Papí-Gálvez, Natalia; Arciniega-Cáceres, Mittzy; Figueras-Maz, Mònica; La Parra-Casado, Daniel; García-Espinosa, Silvia	Agradecimientos	Erades-Pérez, Nieves y Ibáñez-Hernández, Ana-Isabel (por su colaboración en el trabajo de campo). A todas las personas y entidades que participaron para hacerlo posible.	+Recursos	Gestión administrativa (Francisco Ramón Juan Jover). Unidad de accesibilidad de la UA. Servicio externo para la propuesta del prototipo.	Financiación	Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).
Autores/as de este apartado	Papí-Gálvez, Natalia; Arciniega-Cáceres, Mittzy; Figueras-Maz, Mònica; La Parra-Casado, Daniel; García-Espinosa, Silvia								
Agradecimientos	Erades-Pérez, Nieves y Ibáñez-Hernández, Ana-Isabel (por su colaboración en el trabajo de campo). A todas las personas y entidades que participaron para hacerlo posible.								
+Recursos	Gestión administrativa (Francisco Ramón Juan Jover). Unidad de accesibilidad de la UA. Servicio externo para la propuesta del prototipo.								
Financiación	Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).								
Resultado/Impacto	<table border="1"> <tr> <td>Resultados</td> <td>Primeros datos sobre competencias mediáticas y digitales.</td> </tr> <tr> <td>Generación de mayor impacto</td> <td>Prototipo para su validación y lanzamiento a mayor escala.</td> </tr> </table>	Resultados	Primeros datos sobre competencias mediáticas y digitales.	Generación de mayor impacto	Prototipo para su validación y lanzamiento a mayor escala.				
Resultados	Primeros datos sobre competencias mediáticas y digitales.								
Generación de mayor impacto	Prototipo para su validación y lanzamiento a mayor escala.								

TABLA 1. Ficha técnica de la acción "AgeComTest"

LA PROPUESTA

¿Qué son las competencias mediáticas y las competencias digitales?

Según Livingstone (2004), la alfabetización mediática se refiere a la relación entre textualidad, competencia y poder, lo que plantea que los debates sobre la alfabetización mediática son, en realidad, debates sobre la forma y los propósitos de la participación pública en la sociedad desde el consumidor hasta el ciudadano.

Desde esta perspectiva, aunque resulta complicado llegar a una definición precisa de lo que son las competencias mediáticas (Martens, 2010; Mason & Metzger, 2012; Potter, 2010), en términos generales, entendemos que la competencia mediática debe contribuir al desarrollo de la autonomía personal de la ciudadanía y al compromiso social y cultural. Para lo cual, es imprescindible aproximarse desde la flexibilidad y capacidad de adaptación que permita priorizar unos aspectos sobre otros en función de los cambios del entorno mediático y de las propias transformaciones sociales.

Así, para entender a qué nos referimos cuando hablamos de competencia mediática hoy en día y, en concreto, en el presente proyecto, nos resulta indispensable hacer un rápido repaso por las diferentes aproximaciones a lo largo de las últimas décadas. De este modo, nos remontamos a la Declaración de Grunwald de la Unesco sobre la educación en medios (1982) que afirmaba que *"vivimos en un mundo donde los medios de comunicación son omnipresentes: un número cada vez mayor de personas pasa mucho tiempo mirando televisión, leyendo periódicos y revistas, escuchando discos y escuchando la radio."* (Unesco, 1982).

Este enfoque proteccionista y prohibitivo que pone el acento en las limitaciones de uso evoluciona hacia una mirada empoderadora que se plasma en las 12 recomendaciones para la educación en medios en la Agenda de París *"En lugar de condenar o respaldar el indudable poder de los medios de comunicación, debemos aceptar su importante impacto y penetración en todo el mundo como un hecho establecido, y también apreciar su importancia como elemento cultural en el mundo actual"* (Unesco, 2017).

De este modo, tomando como punto de partida este último enfoque; nuestra aproximación a la comprensión de las competencias mediáticas pone el acento en la capacidad de las personas de interactuar con los medios en un sentido amplio (Ferrés, Figueras y Ambrós, 2022). Para ello, nos basamos en la aproximación de Ferrés y Piscitelli (2012) que trasciende el enfoque instrumental de las competencias mediáticas y, en su propuesta de dimensiones e indicadores de las competencias, prestan especial atención al papel que juegan las creencias, las actitudes inconscientes y las respuestas emocionales en la experiencia de interacción con los medios.

La competencia mediática, según Ferrés y Piscitelli (2012), se centra en seis dimensiones principales: lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y la dimensión estética y se estructura en torno a dos áreas de trabajo en cada dimensión: la producción de mensajes propios, expresión, y la interacción con mensajes externos, análisis.

La integración de las competencias mediáticas en "AgeComTest" se complementa con los enfoques más recientes, vinculados a las "New media literacies" que hacen especial hincapié en las formas más participativas y colaborativas de la relación entre las personas y los medios de comunicación dentro de entornos y prácticas de cultura participativa (Jenkins et al., 2006); este enfoque tiene en cuenta, además, la profunda interactividad e intercambio de recursos y experiencias en innumerables prácticas cotidianas contemporáneas.

Por su parte, las competencias digitales con las que trabaja la Cátedra se orientan hacia la propuesta europea y a su desarrollo operativo posterior. En un plano más teórico se sustentan en el marco Digcomp de competencias digitales para la ciudadanía (Vuorikari, Kluzer, y Punie, 2022); aunque, en términos generales, estas son consideradas como el uso seguro y crítico de las tecnologías de la comunicación e información, sobre todo de ordenadores y de Internet (DOUE núm. 394, de 30 de diciembre de

2006). Las competencias digitales podrían formar parte de las competencias mediáticas según el modelo teórico utilizado. Concretamente, quedarían incluidas en la dimensión de la “tecnología”, aunque las dimensiones y los ámbitos del marco mediático se cruzan, de forma tal que pueden observarse también las digitales en otras dimensiones definidas para agrupar las mediáticas, cuando estas últimas se sitúan en internet.

¿Qué marcos sostienen el diseño de la prueba?

La herramienta se basa, principalmente, en los siguientes dos marcos (figura 1):

1. La propuesta de competencias mediáticas de Ferrés y Piscitelli (2012), previa revisión tanto estudios anteriores (ej. Ferrés, 2007) como, sobre todo, en su concreción y aplicación posterior en EduMediaTest (Ferrés, Figueras y Ambrós, 2022). Este desarrollo previo fue el punto de partida para la selección de preguntas que habían sido probadas en generaciones más jóvenes.
2. El Marco Valenciano de Competencias Digitales (2021), como documento crucial para la selección y operacionalización de las dimensiones finalmente incorporadas en la prueba, y todas ellas relativas al ámbito digital. Otros desarrollos autonómicos publicados en abierto, en concreto, los de Castilla y León y los de Andalucía también fueron revisados (Junta de Castilla y León, 2023; Junta de Andalucía, 2023).

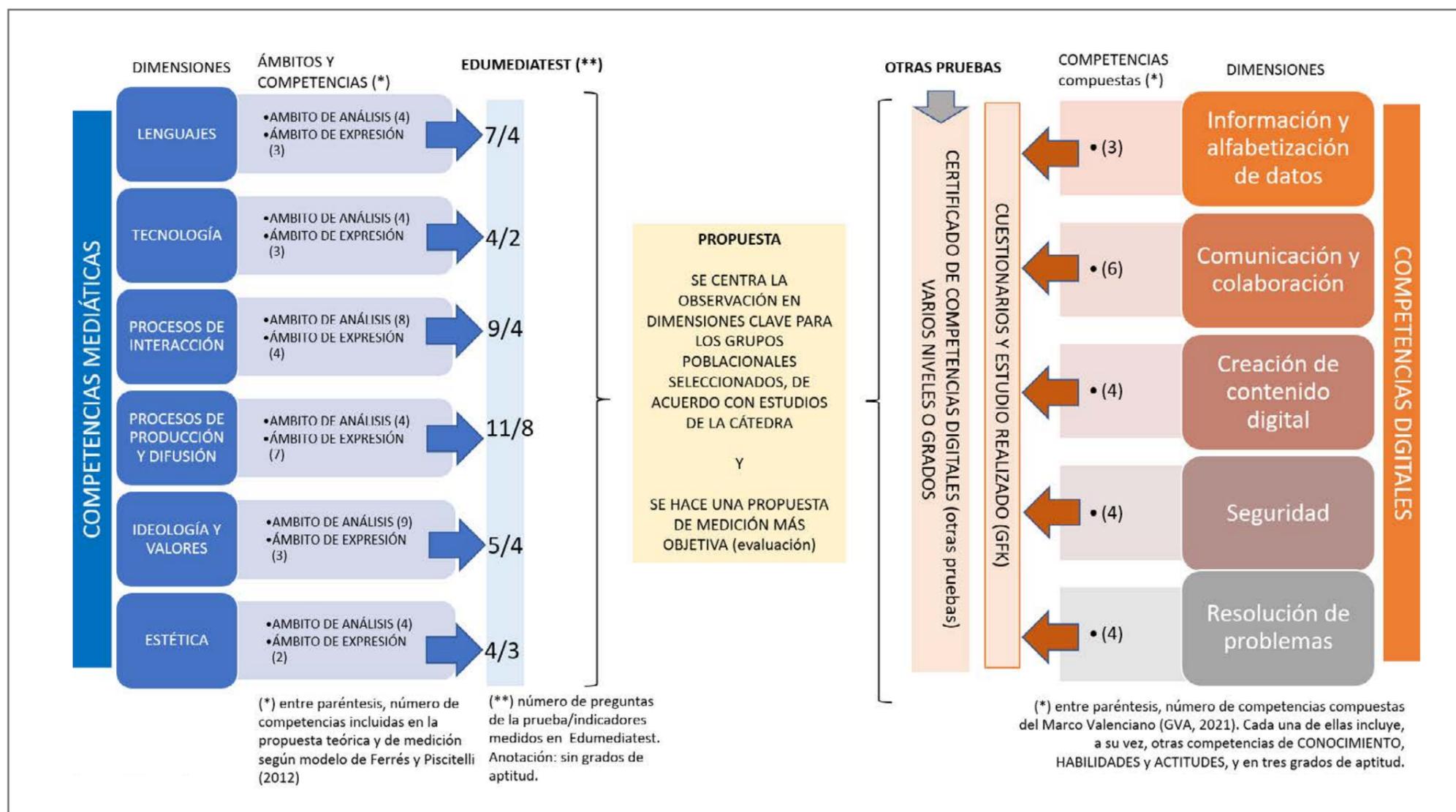


Figura 1. Principales marcos de referencia para la elaboración de la prueba

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Figura 1, el marco de competencias mediáticas de Ferrés y Piscitelli (2012) contiene un total de seis dimensiones. Cada una de esas dimensiones tiene dos ámbitos: uno de análisis y otro de expresión; y para cada ámbito se define un conjunto de competencias, la mayor parte de ellas incluidas en EduMediaTest (Ferrés, Figueras y Ambrós, 2022).

Por su parte, el Marco Valenciano de Competencias Digitales (GVA, 2021) incorpora un total de cinco dimensiones relativas al ámbito digital, en línea de la propuesta Digcomp europea. Además, por cada dimensión, define un número de competencias que pueden ser consideradas “compuestas”, pues contienen otras más sencillas, presentando una propues-

ta total de 28 competencias de estas características. Así, tales competencias incluyen, a su vez, otras que se clasifican en tres tipos: conocimiento, habilidades o actitudes. Además, se definen competencias de contenido, habilidades y actitudinales con diferentes grados de dificultad para poder medir los tres niveles de aptitud considerados en este modelo.

Como consecuencia, el volumen de competencias incluido en el Marco Valenciano es muy elevado para poder ser observado a través de una prueba específica. Además, al mismo habría que sumarle las competencias mediáticas definidas en la propuesta

de Ferrés y Piscitelli (2012). Por lo tanto, todo ello obliga a seleccionar las dimensiones clave, para poder recoger información significativa en el menor tiempo posible.

¿Cuáles eran los desafíos de la propuesta de medición?

El objetivo general de la acción era realizar una propuesta de medición objetiva de competencias mediáticas y digitales aplicada a adultos mayores. En este punto, el desafío respondía a la evaluación

de una serie de competencias vinculadas a las TIC, pero a personas cuyas trayectorias vitales habían transcurrido, en gran medida, sin tales tecnologías. Es más, se aspiraba a llegar a realizar la prueba online, por lo que el reto planteado es aún mayor.

Igualmente, el gran volumen de competencias del marco valenciano unido al de la propuesta de competencias mediáticas, obligaba a realizar una selección de las dimensiones más significativas; emergiendo, en este punto, la aplicación del principio de parsimonia como uno de los principales desafíos de esta acción de la Cátedra.

Así, se tuvieron en especial consideración los siguientes aspectos metodológicos:

1. Revisión de resultados de estudios previos realizados por la Cátedra, para identificar los ámbitos de evaluación y los perfiles poblacionales que podrían proporcionar más información; sin comprometer la viabilidad del estudio.
2. Selección de las dimensiones más relevantes, según el marco teórico y otras experiencias o propuestas previas, con el propósito de delimitar no solo el objeto a medir sino también el grado de complejidad (o nivel de aptitud).
3. Formulación de las preguntas que permitiera evaluar las dimensiones finalmente consideradas de forma comprensible y significativa.
4. Apuesta por una planificación del trabajo de campo también apropiada para garantizar la viabilidad del proyecto y poder extraer resultados.

Las principales decisiones tomadas sobre el diseño del estudio quedan recogidas en la ficha técnica de la acción. A destacar:

1. Se orienta la acción hacia personas usuarias, es decir, personas que no son completamente ajenas a las tecnologías por haber accedido a Internet al menos una vez en los últimos tres meses. Se valida, así, la prueba a personas sin brecha de acceso, pero considerando, sobre todo, el nivel de estudios, como rasgo distinto del uso. En este punto, se propusieron dos perfiles poblacionales:
 - Por un lado, estudiantes en los programas universitarios dirigidos a adultos mayores que asisten a clases de informática. Este grupo suele estar formado por personas con estudios universitarios terminados. Se pueden encontrar edades más jóvenes al permitir el acceso a la población de 55 y más años e, incluso, a 50 años en algún caso.
 - Por otro lado, las personas que asisten a clases de informática en los centros de envejecimiento activo (CEA), al ser grupos más heterogéneos en su perfil educativo, y edades mayores para poder utilizar los servicios ofrecidos por tales centros.
2. La prueba debía ser presencial y escrita, en la clase de informática del Centro, pues precisaba respaldo de un ordenador para la realización de algunas actividades; siempre tutelada o acompañada de uno o dos observantes del equipo de la Cátedra.
3. Además de realizar la prueba escrita, se copió en el ordenador para que las imágenes pudieran ampliarse y pudieran realizar algunas acciones que pretendían medir las competencias del Marco Va-

lenciano seleccionadas. Se habilitó una ficha de observaciones para las investigadoras en la que se recogía las dificultades, comunicación no verbal, preguntas formuladas, etc., con el propósito de recoger información que pudiera ser relevante en la metaevaluación de la prueba.

¿Y las oportunidades?

La evaluación de las competencias permite tener evidencias más objetivas si son comparadas con los resultados de los cuestionarios, que suelen estar basados en la percepción de las personas entrevistadas. Los resultados de tales evaluaciones proporcionan más información para establecer prioridades sobre las acciones de intervención social a aplicar. Además, dirigir dicha acción a la población adulta-mayor permite la validación de una prueba accesible, que podría ser realizada por otros grupos poblacionales, es decir, también por aquellos cuya frecuencia de uso en TIC es más intensa y especializada.

Se elaboró un documento con 38 preguntas, agrupadas en tres bloques, que fue administrado en las tres provincias de la Comunidad Valenciana y cuyos resultados proporcionan información suficiente para realizar una propuesta a mayor escala.

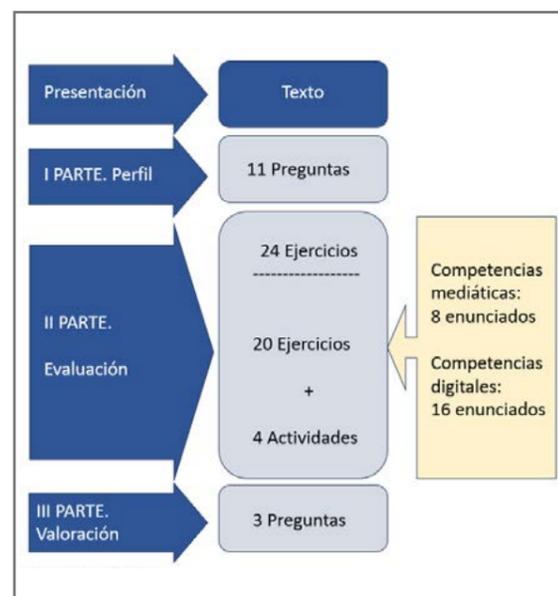


Figura 2. Secciones de la prueba
Fuente: Elaboración propia.

LA PRUEBA

¿Cómo se estructura?

La prueba se divide en tres grandes apartados, tras una primera hoja informativa sobre el tratamiento de los datos y el carácter anónimo y voluntario de la misma (figura 2).

- La primera parte recogía preguntas relevantes sobre el perfil de la persona participante, tales como: edad, sexo, hijos, nietos, trabajo remunerado con uso de ordenadores u otro dispositivo, situación educativa, especialidad, última vez que accedió a internet, frecuencia de uso de tres dispositivos (móvil, tablet, ordenador), si tenía perfil en redes sociales y, en caso de respuesta positiva, las redes sociales en las que tenía el perfil.
- La segunda parte estaba formada por los ejercicios seleccionados para la prueba, entre los que hay una serie de actividades. Esta sección forma el grueso de la evaluación. Será explicada con más detenimiento a continuación.
- Finalmente, se incluyeron tres preguntas abiertas para la valoración de la prueba realizada, tales como: grado de dificultad, preguntas especialmente difíciles y sugerencias de mejora.

¿Qué dimensiones, ámbitos y competencias se seleccionaron?

El diseño de las preguntas orientadas a evaluar las competencias mediáticas se basa en una propuesta integradora que atiende tanto la competencia digital, como la informacional y la mediática, tomando en consideración una multiplicidad de dimensiones e indicadores que componen estas competencias. Para ello, tal como se ha comentado, se toma como punto de partida la propuesta de competencias y dimensiones de Ferrés y Piscitelli (2012) que plantean unas dimensiones e indicadores genéricos y flexibles. A continuación, se describe cada una de las dimensiones de la competencia mediática.

- Lenguaje: conocimiento de los códigos de los lenguajes y capacidad para utilizarlos y para analizar los mensajes en una cultura multidimensional, transmedial y multimodal desde la perspectiva del sentido y el significado, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros.

- Tecnología: Comprensión del papel que desempeñan las TIC en la sociedad. Conocimiento y capacidad de utilización de las herramientas que hacen posible la comunicación en un entorno multimedial, transmedial y multimodal, para entender cómo se elaboran los mensajes.
- Procesos de interacción y recepción: Capacidad de valorar, seleccionar, revisar y autoevaluar la propia dieta mediática. Capacidad de comprender y gestionar críticamente los elementos cognitivos, racionales, emocionales y contextuales que intervienen en la recepción.
- Procesos de producción y difusión: Conocimiento de las funciones y tareas de los agentes de producción, las fases de los procesos de producción y difusión y los códigos de regulación. Capacidad elaborar, seleccionar, compartir y disseminar mensajes mediáticos.
- Ideología y valores: Capacidad de potenciar una actitud comprensiva, comprometida y crítica en la selección, en el consumo y en la elaboración de los mensajes mediáticos, en cuanto a representaciones de la realidad.
- Estética: Capacidad y sensibilidad para analizar, valorar y extraer placer de los mensajes mediáticos desde un punto de vista de su calidad estética y de su originalidad. Capacidad de producir mensajes que contribuyan a incrementar los niveles de creatividad, originalidad y sensibilidad.

En concreto, como ya se ha mencionado líneas arriba, el enfoque de las preguntas orientadas a medir las competencias mediáticas en "AgeComTest", se fundamentan en, por un lado, el marco teórico propuesto por Ferrés y Piscitelli y, por otro, en la adaptación realizada en 2019 para el proyecto europeo EduMediaTest, Media Literacy for All (Ferrés et al. 2021, Ferrés, Figueras-Maz, Ambrós, 2022). En este estudio se diseñó e implementó un cuestionario de 43 preguntas que cubrieron todas las dimensiones y prácticamente la totalidad de indicadores, que trataba de medir la competencia de estudiantes de educación secundaria de 7 países europeos.

En esta línea, la aproximación flexible que proponen los autores para adaptar estas dimensiones a cada situación educativa concreta, en función de la edad y del nivel cultural de las personas con las que se ha de trabajar. Permite diseñar preguntas dotando de nuevos sentidos a las dimensiones e indicadores y actualizando sus aplicaciones a los nuevos contex-

tos comunicativos y a las necesidades del “target”, en este caso los adultos mayores.

En este sentido, para el proyecto "AgeComTest", se han seleccionado las dimensiones que se consideran más relevantes para la población mayor de 54 años de la Comunidad Valenciana, atendiendo a los resultados de los estudios previos de la Cátedra, adaptando las preguntas a los contextos de estas personas. De esta manera, se han integrado no solo las innovaciones procedentes de la aparición de nuevas tecnologías y de nuevas prácticas comunicativas, sino también la multiplicidad de puntos de vista en el marco de la era del prosumidor, es decir, se buscaba entender cómo la persona usuaria de las tecnologías se expresa y saca partido de las posibilidades que ofrecen y si es capaz de producir mensajes de la misma manera que es capaz de consumirlos.

Las preguntas han sido cuidadosamente diseñadas con el objetivo de superar los planteamientos autoperceptivos sobre el nivel de competencia mediática. Así, se presentan enunciados desafiantes que posibiliten a las personas mostrar sus competencias “haciendo” y resolviendo determinados problemas. Se trata, pues, de poner en práctica sus competencias en las distintas dimensiones para poder, así, evaluarlas con mayor rigor.

Tras la revisión realizada a partir de la pertinencia en relación con este estudio, se seleccionaron las siguientes dimensiones: tecnología, ideología y procesos de producción y difusión. Por otra parte, se identificaron los indicadores para cada una de las dimensiones seleccionadas, de acuerdo con las necesidades del grupo de estudio mencionado, se consideraron más pertinentes:

Tecnología:

- Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedial.

Estética:

- Capacidad de comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.

Ideología:

- Capacidad de descubrir la manera en que las representaciones mediáticas estructuran nuestra per-

cepción de la realidad, a menudo mediante comunicaciones inadvertidas.

- Capacidad para analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias.

Procesos de difusión y producción:

- Conocimiento de los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria.
- Conocimiento de las diferencias básicas entre las producciones individuales y las colectivas, entre las populares y las corporativas y en el ámbito de estas últimas, si es el caso, entre las elaboradas por instancias de titularidad pública y privada.
- Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.

En la figura 3, se expone la relación entre las preguntas propuestas, las dimensiones e indicadores a los que responden en el marco de competencias mediáticas.

En cuanto a las competencias digitales, los estudios previos de la Cátedra mostraban mejores puntuaciones en las dos primeras dimensiones, pero, sobre todo, en la primera: el área de la “Información y alfabetización de datos”. Esta dimensión recoge las competencias de conocimiento, habilidades y actitudes relacionadas con el uso de internet como fuente de información. Por lo tanto, debía ser seleccionada para observar tanto el plano de conocimiento como el de habilidades, y los diferentes niveles de aptitud, con especial atención en el nivel básico del ámbito del “saber”. **Los resultados de la evaluación proporcionarían información complementaria a los cuestionarios realizados**, para detectar ámbitos de mejora incluso en aquellas áreas en las que, aparentemente, la intervención no era tan urgente.

La dimensión “Comunicación y colaboración” también proporcionaba buenas puntuaciones, en comparación con otras áreas, en estudios previos. Como consecuencia, se seleccionaron aquellas competen-

cias del plano del conocimiento (centrando los esfuerzos en mayor medida en el nivel básico, aunque también se incluyeron preguntas clave de nivel intermedio). Esta dimensión se aproxima a internet como canal de comunicación.

Finalmente, “Seguridad” emergía como área relevante, tanto por las implicaciones que la misma pudiera tener si se carecían de competencias básicas, como porque su desconocimiento era uno de los frenos para acceder y usar la tecnología en estas poblaciones. En concreto, se seleccionaron competencias del apartado “protección de datos personales e identidad digital”, estrechamente relacionadas con el de “evaluación de datos, información contenido digital” de la primera dimensión. Con todo, según el marco de competencias digitales valenciano, el área de seguridad orientada a la protección de datos de personas da un paso más, al concentrar en este epígrafe las competencias que permiten, en particular, “entender los términos habituales de uso de programas y servicios digitales, proteger activamente los datos personales, respetar la privacidad de los demás y protegerse a sí mismos de amenazas, fraudes y ciberacoso” (GVA, 2021, p. 78).

Las preguntas seleccionadas estrechamente vinculadas con las áreas mencionadas quedan recogidas en las figuras 4, 5 y 6. Como se puede observar, se propusieron finalmente 16 ejercicios. Algunos de los enunciados de estos ejercicios se corresponden con una única pregunta, pero la mayor parte de ellos son compuestos, es decir, bajo un mismo enunciado se solicitan varias respuestas o acciones.



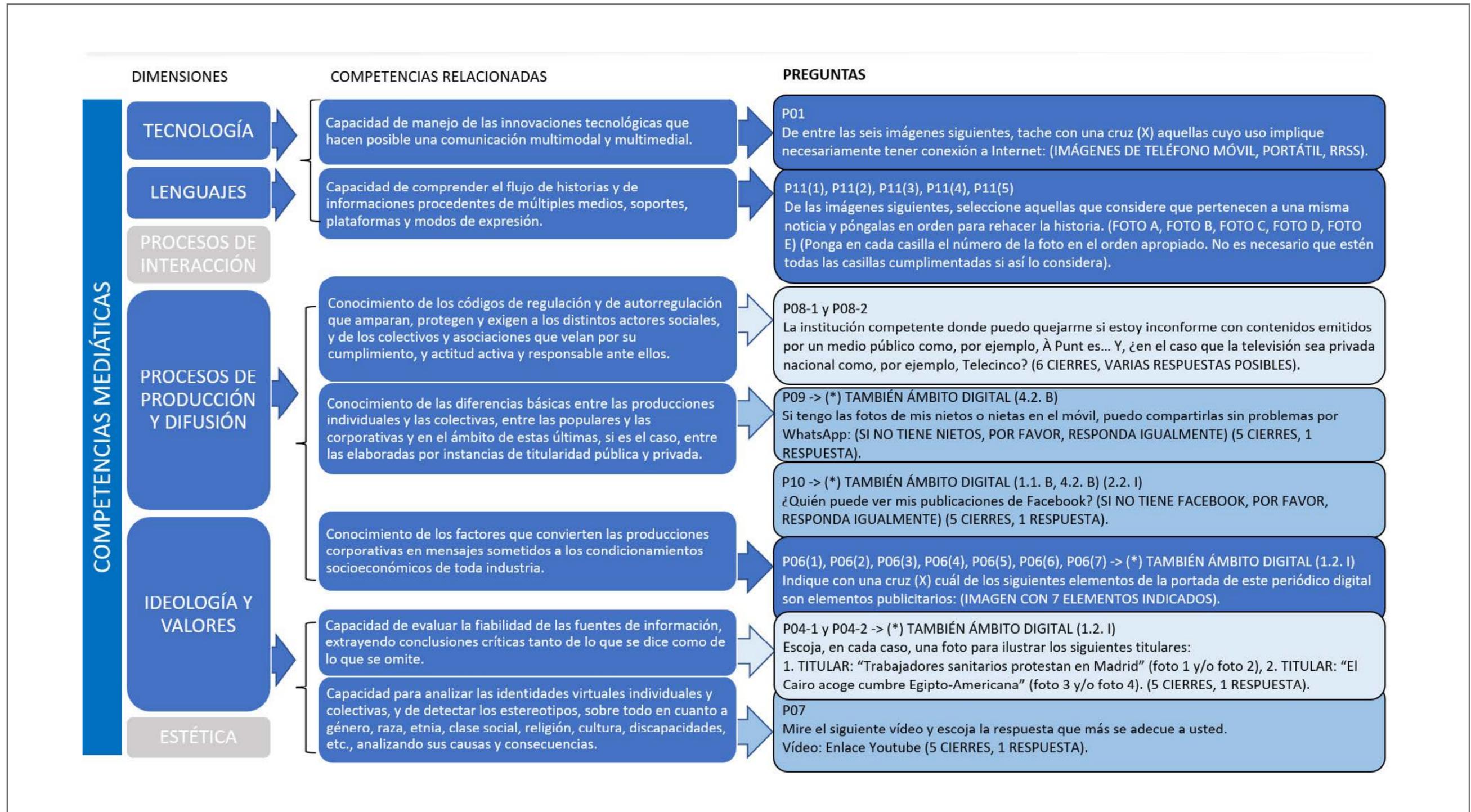


Figura 3. Relación entre preguntas y competencias mediáticas seleccionadas
Fuente: Elaboración propia.

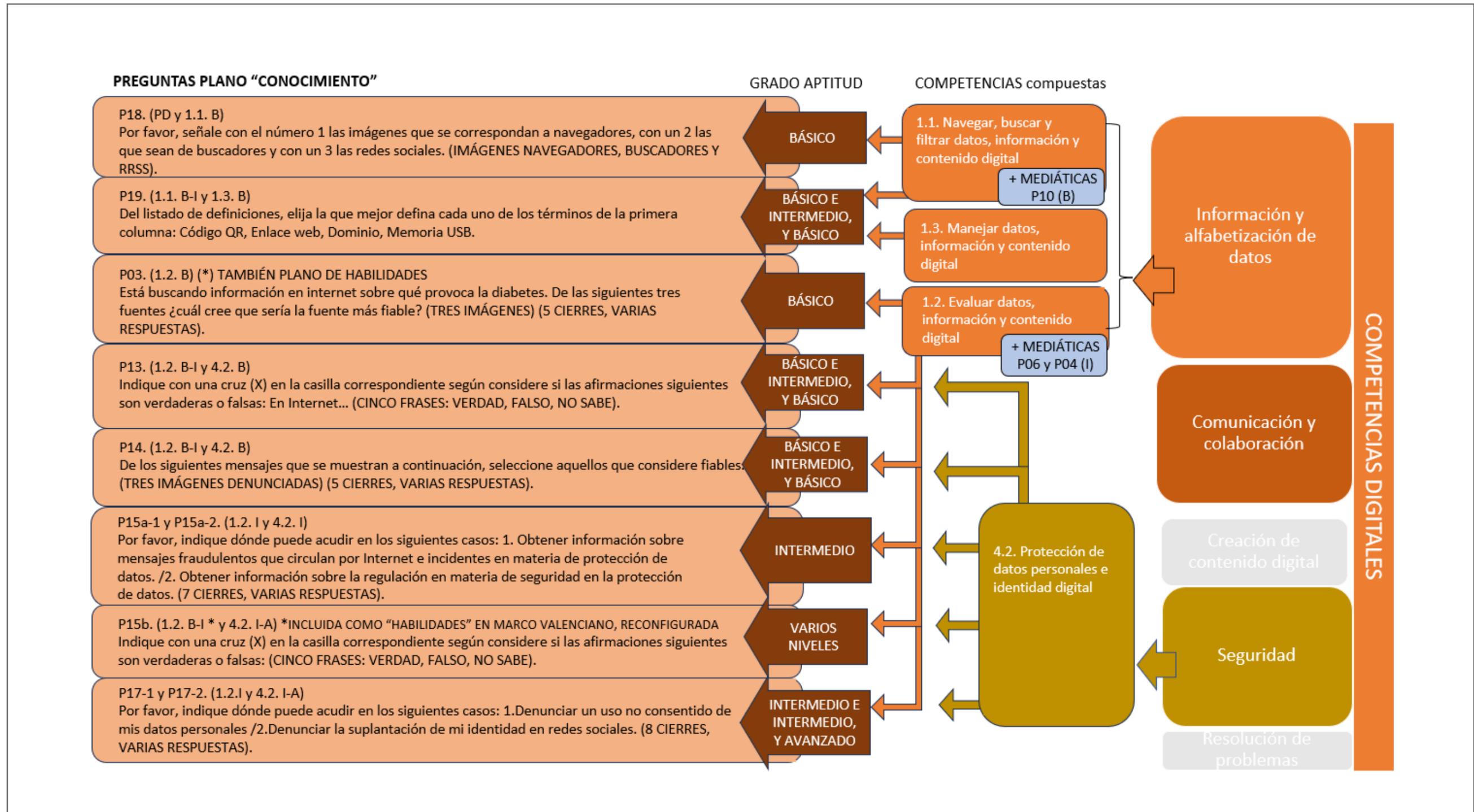


Figura 4. Relación entre preguntas y competencias digitales plano conocimiento (dimensión 1 y 4)
Fuente: Elaboración propia.

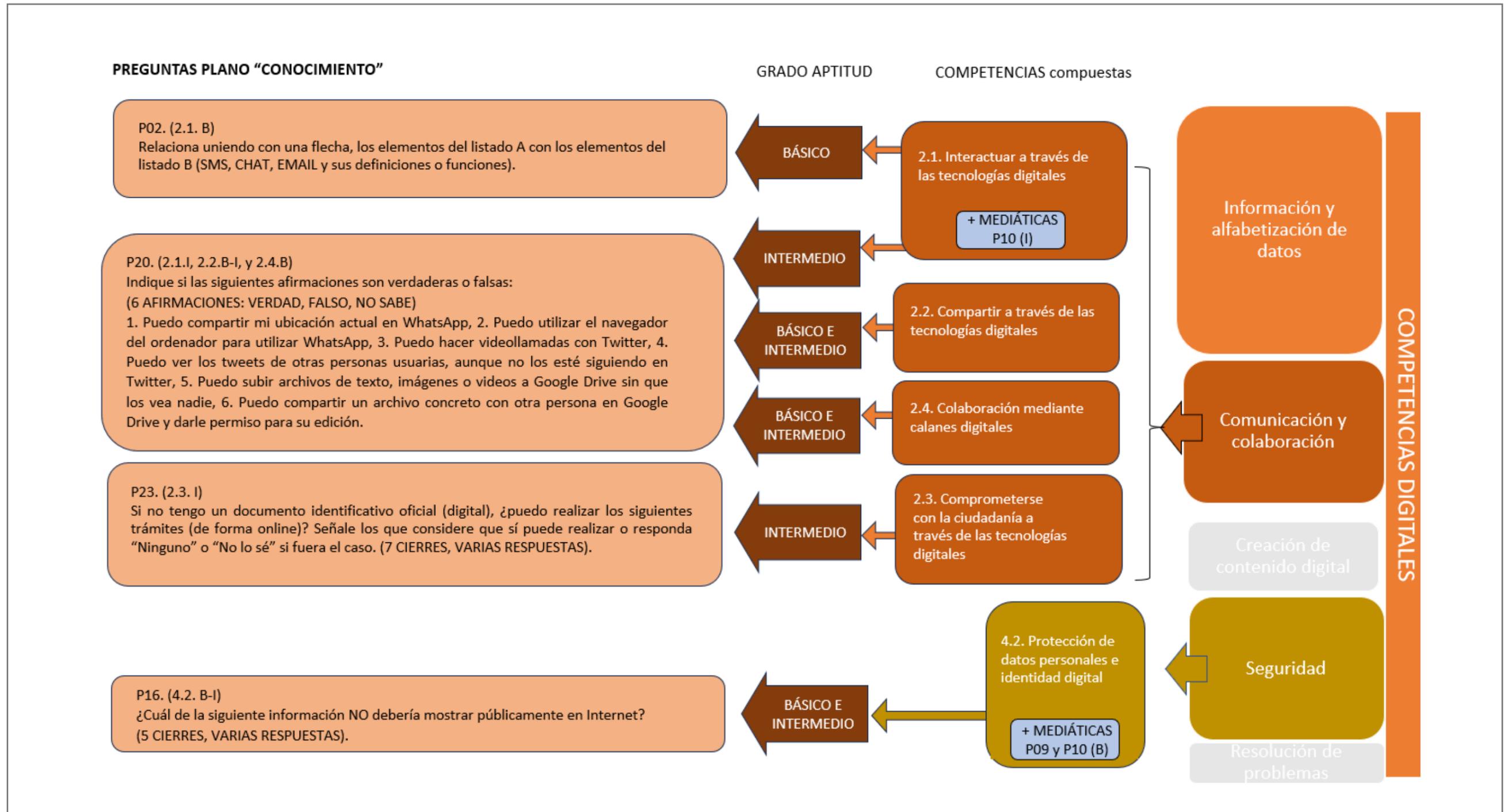


Figura 5. Relación entre preguntas y competencias digitales plano conocimiento (dimensión 2 y 4)
Fuente: Elaboración propia.

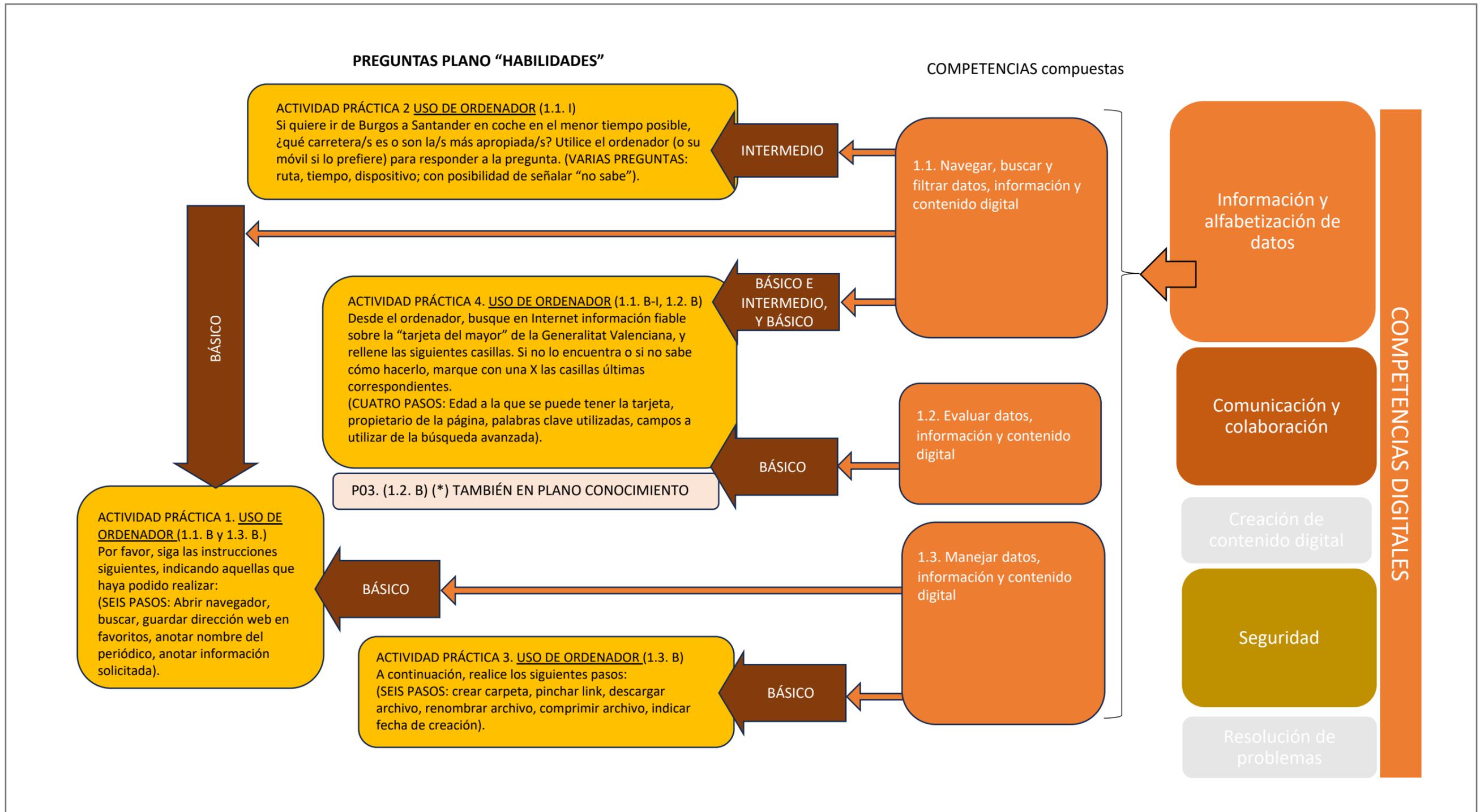


FIGURA 6. Relación entre preguntas y competencias digitales plano habilidades (dimensión 1)
 Fuente: Elaboración propia.

LOS RESULTADOS

La población

El ejercicio fue distribuido a las personas que asistían a los talleres de informática de 11 Centros de Envejecimiento Activo (CEA), situados en las zonas urbanas de Alicante, Castellón y ciudad de Valencia. Además, fueron contactados los programas orientados a adultos mayores de las cinco universidades públicas.

El límite de edad es diferente en cada caso, puesto que en los CEA se permite la participación a partir de los 60 años y, en cambio, el acceso a los programas universitarios habitualmente es a partir de los 55 años. En el caso de la Universidad de Alicante, este límite es incluso inferior (desde los 50 años). La media de edad, por lo tanto, de la población que realizó la prueba de los CEA es más elevada (73 años) que la de la población que estaba en las universidades (69 años). La edad declarada más baja de entre las personas que realizaron la prueba fue de 56 años y la más alta de 89 años, por lo que la horquilla es amplia. Con todo, casi la tercera parte de los que hicieron la prueba no respondió a esta pregunta, con carácter voluntario. Al tratarse de un “examen” se debe contemplar también el olvido, a pesar de estar en un lugar destacado en la primera página, pudo pasar desapercibida. Las pruebas digitales pueden solucionarlo incorporando avisos o estableciendo condiciones.

En total, se consiguieron 192 pruebas, entre CEA (63%) y Universidad (37%). Por provincias, se obtuvieron más pruebas de la ciudad de Valencia (49%), seguidas de Alicante (32%) y Castellón (19%). El 57% eran mujeres frente al 42% de hombres. La gran mayoría tenían hijas e hijos (82%) y una buena parte también tenía nietas o nietos (60%). En cuanto a los estudios, se concentran en tres cierres: estudios primarios (26%), estudios secundarios (30%) y estudios universitarios (33%).

Las poblaciones seleccionadas también son diferentes en distribución por sexo, reuniendo más hombres de los CEA (55%) que de la Universidad (21%). Las pruebas realizadas a la población de los programas universitarios concentran un 79% de mujeres. En cuanto a los estudios terminados, la población



de los CEA que realizó la prueba se distribuye entre “primarios” (36%), “secundarios” (29%) y “universitarios” (23%). En el caso de la población que realiza algún curso en las universidades, se concentran en los dos últimos: “secundarios” (31%) y “universitarios” (51%).

Una de las condiciones establecidas para realizar la prueba era que la población no fuera del todo ajena a las tecnologías. Por este motivo, la misma se realizó en las clases de informática, aunque también iba dirigida a todas las personas que fueran usuarias de internet con independencia de si asistían a tales sesiones formativas. Sin embargo, la pregunta sobre el último acceso incluye un 9% de personas que indicaban no haberse conectado a internet en los últimos tres meses. Esta respuesta puede también vis-

lumbrar cierto desconocimiento sobre la necesidad de conexión de algunos dispositivos y aplicaciones.

De nuevo, el dispositivo de uso estrella es el móvil. En consecuencia, se debe entender que algunas actividades solicitadas por ordenador -en la prueba- pudieron verse afectadas por la falta de práctica con este dispositivo. Finalmente, en cuanto a las redes sociales, el 57% las utilizan, siendo WhatsApp y Facebook las más mencionadas.

La duración de la prueba osciló entre los 45 minutos y los 70 minutos. Con todo, algunas personas finalizaron antes, a los 20 minutos, y otros precisaron algunos minutos más.

Desarrollo y evaluación de la prueba

Tras contactar con los diferentes centros, que colaboraron lanzando la convocatoria y reuniendo a las personas participantes tras las indicaciones sobre distribución por edad y sexo proporcionadas desde el equipo, la prueba se realizó presencial. Antes de empezar, se explicó con detalle en qué consistía y se distribuyeron los consentimientos informados.

Las preguntas estaban en hojas impresas y se facilitó un documento en el ordenador con las imágenes con la intención de que pudieran ser ampliadas y que pudieran pinchar en los enlaces con facilidad.

Las tres últimas preguntas de la prueba invitaban a su evaluación por parte de las personas que la estaban realizando. La mayor parte de ellas que hicieron la prueba la situarían en un punto medio en el grado de dificultad. Sin embargo, como se puede ver en la figura 7, hay más personas que consideran la prueba difícil o muy difícil pese a que la mayor parte de las preguntas se ajustaban a un nivel básico de aptitud. Este resultado nos lleva a revisar otras anotaciones y observaciones.

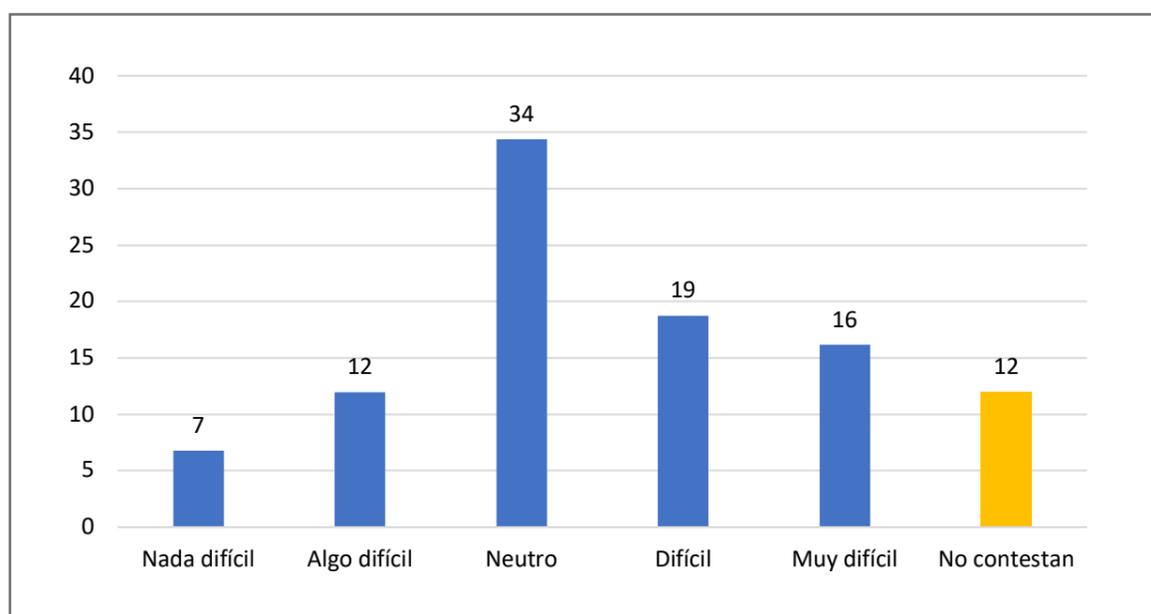


FIGURA 7. Porcentaje de personas por grado de dificultad de la prueba señalada (n=192).

Fuente: Elaboración propia.

De las reacciones más habituales, se extrae el siguiente listado de evidencias agrupado según su naturaleza en “técnicas”, “comprensión”, “habilidades” y “autonomía”:

Técnicas:

1.- La falta de familiarización con el ordenador del aula es una barrera de carácter instrumental presente en el grupo que ha realizado la prueba. El sistema operativo también era diferente en algunos casos, cuestión que dificultaba la realización de la misma. De hecho, había quien señalaba que podía hacerlo, bien con el móvil, bien con su propio ordenador.

2.- Cuando existía algún problema técnico (ej. navegación lenta), y aunque en términos generales saben

que es un problema de conexión, algunas personas no lo identificaban y se atribuían el error. Por las condiciones técnicas encontradas se adaptó la forma de proceder de algunas preguntas, tal como, por ejemplo, proyectar el vídeo del ejercicio 7 a toda la clase y a la vez. Este ejercicio, con todo, se considera apropiado para poder descansar de las actividades prácticas. En algunos centros no funcionan convenientemente los ordenadores, algo que debía revisarse y actualizarse.

Comprensión:

3.- En general, hacían algunas consultas sobre los enunciados, pues querían tener la certeza de estar entendiendo adecuadamente el ejercicio. Además, se identificaron palabras más difíciles de compren-

der que otras en este contexto, tales como: dirección web, navegador, fiable o disco duro. En algún caso también preguntaron qué era una “red social”.

4.- En los ejercicios con imágenes precisaban que estas pudieran aumentarse. El archivo que se incorporó a los ordenadores fue necesario para poder ver adecuadamente las fotografías. En algunos casos debimos advertir dónde estaba el botón de zoom. En otros, trabajar con dos documentos dificultó la comprensión de la prueba en una fase inicial.

Habilidades:

5.- Los ejercicios orientados a destrezas eran los que más dudas producían. En concreto, el ejercicio más difícil, según las observaciones del equipo y su propia declaración, era la actividad práctica 3. La dificultad, sin embargo, radicaba en varios elementos también de carácter cognitivo: desde la identificación de ciertos símbolos, como las comillas para enmarcar aquello que debían copiar de forma literal, hasta desistir de encontrar un archivo en una página web por no contemplar la posibilidad de desplazarse hacia abajo.

6.- Se observa que algún caso, que quería contestar todas las preguntas de forma correcta, llegó a realizar más que lo solicitado, como fue buscar y visionar los vídeos sobre los que se basaban algunas preguntas para responderlas adecuadamente (ej. pregunta 11). En cambio, bastantes personas transmitieron desmotivación y cansancio.

Autonomía:

7.- Algunas personas preferían las explicaciones verbales a la lectura del enunciado. A este respecto, la presencia del profesor o profesora de informática les producía confianza. Se dirigían a esta figura ante las dudas. Algunas personas también preguntaban a la compañera o al compañero que tenían cerca.

8.- También se detectaron casos que preferían ayudarse con el móvil para contestar las preguntas prácticas relacionadas con búsqueda de información. La limitación en este apartado es la necesidad de tener datos en el móvil para poder navegar fuera del hogar.

De acuerdo con nuestras observaciones, el nivel de estudios es clave porque dota de conocimientos

y habilidades que preparan para la realización de pruebas de cualquier tipo. Es decir, en cuanto a la prueba, algunas personas tenían dudas sobre su realización, que debemos atribuir a la falta de familiarización con exámenes, más que por desconocimiento o falta de habilidades. De igual forma, el lenguaje escrito debe adaptarse preferiblemente a formatos audiovisuales. La prueba debe ser más corta, con ejercicios más sencillos, y se debe contemplar el mantenimiento de la motivación en su realización.

Se recomienda que se tengan en cuenta estas consideraciones para la realización de pruebas a mayor escala.

Las respuestas

Se planteó una serie de preguntas relacionadas con “tecnología”, “lenguajes”, “procesos de producción y difusión” e “ideología y valores”, atendiendo el marco de competencias mediáticas de referencia. La mayor cobertura se aprecia en producción e ideología, es decir, las dos últimas dimensiones. Si se sigue el orden de las cuestiones de la figura 3, la pregunta P01, mostraba imágenes que representaban diferentes dispositivos y plataformas con el objetivo de conocer hasta qué punto la población considerada reconocía la necesidad o no de la conexión a internet para su uso. En este caso, debía tacharse todas excepto el teléfono móvil y el ordenador portátil. Estos dispositivos, en cambio, fueron señalados por el 48% y el 60% respectivamente (ver datos en tabla 1 del Anexo). Por su parte, tampoco responden adecuadamente cuando se precisa indicar la necesidad de conexión. Desde un 21% deja de tachar la Facebook, hasta un 41% que lo hacen en Netflix. Estos resultados se complementan con otros proporcionados por las preguntas centradas en competencias digitales.

En la pregunta 11 (figura 3) debían ordenar, en su caso, atendiendo a una secuencia lógica, diferentes fotos, todas ellas de un mismo evento. Entre ellas una foto no pertenecía al mismo. En este caso, se aprecia (ver tabla 2, en Anexo) que el 46% sitúan la foto A en primer lugar, el 41% sitúan la foto B en segundo lugar, el 38% ubican la foto C en tercer lugar, el 34% pondrían la foto D en cuarto lugar, y la foto E, la última, no aparece en ninguna opción como la más contestada. En todos los casos anteriores la se-

cuencia es la correcta, incluso eliminando entre las fotos con más frecuencia la foto E; pero los porcentajes de respuesta no son elevados. De hecho, en el mejor de los casos, menos de 2 personas de cada 4 colarían bien una de las cuatro fotos.

A continuación, en la dimensión “procesos de producción y difusión” se realiza una pregunta del plano del “saber” estrechamente vinculada al conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación. El “Consell Audiovisual de la Comunidad Valenciana” es la entidad más respondida en los casos de medios públicos (56%) y la “propia cadena” es la que concentran más respuestas cuando se trata de un medio privado (47%) (tabla 3, en Anexo). En cambio, el Sindic de Greuges tiene muy pocas respuestas cuando se trata de la entidad por excelencia en los procesos relacionados con las administraciones públicas. Llama especial atención el 25% de la no respuesta en ambos casos. Es decir, 1 de cada 4 personas desconoce dónde podría acudir para interponer una reclamación o queja que pueda llegar de forma efectiva a su destinatario.

Dentro de la misma dimensión, y también como aproximación al conocimiento de las diferencias básicas entre producciones individuales y colectivas (privadas y públicas), se pregunta por la posibilidad de compartir las fotos de un familiar en una red social (P09 en la figura 3). Esta pregunta entronca con la dimensión “seguridad” del marco valenciano de competencias digitales, por lo que se comprende transversal ofreciendo varias posibilidades. La mayor parte de las personas que responden (42%) lo hacen correctamente “Sí, si sus padres están de acuerdo” (tabla 4, en Anexo). El 31% son más estrictos en su respuesta al señalar “No, en ningún caso porque son menores de edad” y el 20% lo hace de forma menos estricta, al considerar que sí pueden sea porque son sus nietos o solo a los amigos.

La pregunta 10 (figura 3) se aproxima al conocimiento sobre el funcionamiento de una red social y, también, entroncaría con las competencias digitales, sobre todo, de “Información y alfabetización de datos”. En este caso, solo 4 de cada 10 personas contestan correctamente a la pregunta (38%) (ver datos en tabla 5, en Anexo).

La pregunta 06 (figura 3) formaría parte de la dimensión “procesos de producción y difusión” y

de la competencia de “conocimiento de los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes cometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria”. A la hora de identificar mensajes con finalidad comercial en una página web, el 25% prefiere no contestar. La “no respuesta” se puede deber a varios motivos, entre los que no se debe descartar que la imagen tuviera poca resolución y despertara también dudas justamente en la correspondencia entre el número y el elemento gráfico indicado. En cualquier caso, los elementos que debían tacharse eran el 2, 3, 4 y 7 (tabla 6, en Anexo). Estos concentran un mayor número de respuestas de entre las señaladas, a excepción del elemento 5, aunque no llegan a superar el 44%. Al observar aquellas preguntas sin tachar, se detecta que las noticias 1 y 6 son más fácilmente reconocibles (66% y 69%). Por lo tanto, atendiendo a estos resultados, se puede llegar a la conclusión de que, aunque en general la informativa es identificada, existen dudas cuando se trata de otro tipo de funciones o finalidades. Esta pregunta también contribuye al ámbito de la “información y alfabetización de datos”, en concreto, al nivel intermedio de aptitud de la competencia relacionada con la evaluación de datos, la información y el contenido digital.

Finalmente, las dos preguntas últimas de la figura 3 (pregunta 04 y 07) pertenecen a la dimensión “Ideología y valores”, aunque quedan relacionadas con competencias distintas (“Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite” y “Capacidad para analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias”) (tablas 7 y 8, en Anexos). Solo 1 de cada 4 personas asocia correctamente el primer titular con la foto (25%). En el caso del segundo titular aún baja más esta proporción. Solo 1 por cada 8 personas (13%) responde correctamente. En cuanto a la pregunta 07, en la que se visionaba un anuncio publicitario que utilizaba el recurso del humor invirtiendo algunos aspectos de los estereotipos, la respuesta más extendida era la segunda “Me gusta porque los personajes que aparecen son graciosos” (42%). El resto de los cierres tienen una distribución muy similar. Destaca el 23% de no respuesta (incluye “no

he podido verlo” y los perdidos por el sistema”).

A continuación, se exponen los principales resultados de la prueba realizada de forma agregada siguiendo el orden de las figuras 4, 5 y 6. Como se puede comprobar, hay un importante número de preguntas relacionadas con los tres tipos de competencias que conforman la dimensión “Información y alfabetización de datos” tanto en el plano de conocimiento como en el plano de habilidades (figuras 4 y 6).

En el plano del “saber” de la dimensión “Información y alfabetización de datos”, a la hora de identificar las funciones de las principales plataformas y aplicaciones (P18, figura 4), se encuentra, en primer lugar, importantes porcentajes de personas que no responden cuando se les pregunta sobre el tipo de aplicación (navegadores, buscadores o redes sociales) (tabla 9, en Anexo). La no respuesta alta en ciertos casos puede ser un indicador indirecto de que se trata de aplicaciones menos usadas y, por tanto, más desconocidas, encontrándose en el extremo de las menos conocidas Bing, Edge y Yahoo! y entre las más conocidas Facebook, Google, Instagram y Chrome. Consecuentemente, las que son menos conocidas tienden a presentar porcentajes más bajos de respuestas correctas y, al contrario, las más conocidas cuentan con porcentajes más altos. Por otro lado, si se observa tanto el rango de no respuesta, que oscila entre el 16% y el 62%, como el rango de respuestas correctas (entre un 25% y un 75%) se puede deducir que incluso cuando se habla de aplicaciones muy populares el número de respuestas correctas no alcanza niveles muy altos. Esto puede deberse tanto por un bajo conocimiento de las aplicaciones en el nivel poblacional, como también al carácter en algunos casos difusos de la tipología de aplicaciones (por ejemplo, Google es tanto el identificativo de un buscador, como de una miríada de aplicaciones que forman parte de su entorno).

Estas observaciones, que atienden al conocimiento de la utilidad de las plataformas y aplicaciones, también se aplican de forma similar a tecnologías concretas como el código QR, los enlaces web, el dominio y la memoria USB (P19, figura 4). Por un lado, es importante, la suma de respuestas “no sabe” y “no contesta”, que llegan a superar el 40% de las personas participantes, mientras que las respuestas correctas solo superan el 50% en el caso de la memoria USB,

lo que en todo caso es indicativo de un nivel de competencias bajo en el conjunto poblacional (tabla 10, en Anexo).

A la hora de evaluar las fuentes de una información sobre salud (P03, figura 4), se observa un alto nivel de confianza en las fuentes oficiales de las autoridades sanitarias (en la pregunta se mostraba una imagen de la página web del Ministerio de Sanidad), como opción 3, muy por encima de la prensa digital o los comentarios en redes sociales. Se ha de considerar en la interpretación que, de las tres fuentes propuestas, la única con un respaldo institucional al margen de la esfera digital es la de las autoridades sanitarias. Es decir, este tipo de respuesta puede reflejar tanto confianza en las instituciones como desconfianza en los medios digitales (tabla 11, en Anexo).

A continuación, se profundiza en una serie de respuestas del plano de conocimiento de la dimensión “información y alfabetización de datos”, ubicadas en la “evaluación de datos, información y contenido digital” pero estrechamente relacionadas con la “protección de datos personales e identidad digital” de la dimensión “Seguridad” (figura 4).

Como en casos anteriores, cuando se pregunta sobre determinadas características de la información publicada en internet (P13, figura 4), son muy frecuentes las posiciones que reflejan desconocimiento (“no sabe” y “no contesta” suman desde un 25% de las respuestas hasta un 34%, esto es, entre 1 de cada 4 y 1 de cada 3 personas no responden a la pregunta). Entre quienes responden, la proporción de quienes ofrecen una respuesta ajustada a la realidad nunca llega a 2 de cada 3 personas. Es decir, entre 1 de cada 3 personas y 1 de cada 2 no conoce la respuesta correcta a este tipo de preguntas para evaluar la calidad, validez y fiabilidad de la información disponible en Internet (tabla 12, en Anexo).

Parecido resultado se observa a la hora de detectar prácticas maliciosas a partir de la interpretación de un mensaje recibido por correo electrónico o mensajería telefónica, donde solo 1 de cada 2 es capaz de clasificar adecuadamente los ejemplos de mensaje ofrecidos en esta pregunta (P14 figura 4) (ver datos en tabla 13 en Anexo). Esto implica unos niveles de vulnerabilidad en el ámbito de la ciberseguridad muy altos o lo que es lo mismo alta probabilidad de

poder padecer robos y otras prácticas delictivas en la esfera digital.

Igualmente se observan niveles altos de desconocimiento sobre las entidades encargadas de la protección de datos y de la ciberseguridad, donde además de porcentajes altos de no respuesta y desconocimiento, se encuentran bajos porcentajes de acierto en las respuestas, indicando que 1 de cada 3 personas no sabe identificar dichas entidades correctamente en el caso de la Agencia española de protección de datos, y casi 1 de cada 2 en el caso de la Oficina de Seguridad del Internauta (P15a figura 4) (ver datos en tabla 14 en Anexo).

Otro de los ámbitos en los que se observa un importante nivel de desconocimiento es en el referido a una serie de indicadores básicos de la fiabilidad, calidad, credibilidad, confiabilidad y derechos básicos de protección de información de las personas que navegan en Internet. En algunos de los apartados consultados solo 1 de cada 6 conoce sus derechos en cuanto a políticas de privacidad, mientras que 1 de cada 3 desconoce el protocolo de seguridad https (P15b figura 4) (ver datos en tabla 15 en Anexo).

Las respuestas sobre la entidad a la que recurrir en caso de un uso no consentido de datos personales, por un lado, y de suplantación de identidad, por otro (P17 figura 4) (ver datos en tabla 16 en Anexo), indica un mayor peso, si se observa el acumulado de las respuestas dadas en primera y segunda opción, de instituciones como la Agencia española de protección de datos y las Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado que de organismos especializados en los problemas de seguridad que pueden existir al navegar por Internet como la Oficina de Seguridad del Internauta. Las funciones de la citada Oficina tienen un marcado carácter informativo, por lo que, entre las tres citadas, sería la menos apropiada; pero las respuestas a esta pregunta unidas a las de la pregunta 15a (tabla 14) pueden estar indicando un fallo en la estrategia de comunicación para dar a conocer a la Oficina. Por su parte, la Agencia española de protección de datos sería más conocida en su función de velar por la protección de datos personales (algo que también facilita el propio nombre de la institución), pero, aun así, solo sería el recurso a utilizar en primera opción por un 40% de las personas entrevistadas. En cambio, ante un delito de suplantación

deberían actuar las Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado. Posiblemente este dato sea el más preocupante, pues en primera opción solo es respondido por el 26% de la población, con un 8% de personas que afirman no saber a dónde acudir.

Dado el carácter presencial de la prueba, que ofrecía la posibilidad de resolver dudas en el momento, se introdujeron dos preguntas con formulación negativa, tales como la P16 y la P23 (figura 4) para su validación. En la primera pregunta se pretendía conocer los datos que consideraban que debían proteger y, como consecuencia, no publicar en internet. En este caso, la población puede señalar varias opciones y, entre las más respondidas, señalaron el número de cuenta y la firma manuscrita (ver datos en tabla 17 en Anexo). Se puede considerar que, aquí, sus respuestas apuntan a la protección de datos personales sensibles, vislumbrando mayores dudas cuando se trata de “aficiones y gustos” y el “día y el mes de nacimiento”. Una pregunta similar era la P23 (figura 4) (ver datos de la tabla 21 en Anexo). Con la misma se pretendía detectar si conocían que era preciso un documento oficial digital identificativo para realizar ciertos trámites. Bien por estar en la última posición o por necesitar matización, esta pregunta tiene también un alto grado de no respuesta.

Se profundizaron en varios niveles de la dimensión “Comunicación y colaboración”, de las diferentes competencias de conocimiento que componen la misma (figura 5).

En el caso de los SMS, 1 de cada 3 personas responde que son enviados desde un móvil, siendo la no respuesta de casi 1 de cada 5 personas (P02 figura 5) (ver datos en tabla 18 en Anexo). El acierto baja a 6 de cada 10 cuando se habla de que para enviar un email es preciso indicar su destinatario y asunto antes de enviarlo, como una de las funciones incorporadas en el listado B de la pregunta. Finalmente, algo más de la mitad describe el chat como un espacio de comunicación instantánea. En definitiva, estos indicadores pueden apuntar a que en una parte importante de la población tiene, bien un bajo uso de estas formas de comunicación, bien un uso habitual de los mismos sin llegar a comprender sus características básicas.

Las respuestas a la pregunta 20 (figura 5), como en otros casos, indican que hay aplicaciones más popu-



lares (WhatsApp) que otras (Twitter) lo que se refleja en el acumulado de la no respuesta (la suma de “no sabe” y los perdidos por el sistema llega al 37% en una de las preguntas referidas a WhatsApp y no baja del 64% en las referidas a Twitter) (tabla 20 en Anexo). Entre aquellos que responden, además, hay importantes porcentajes de error en las respuestas. Es decir, en este indicador también se observa la combinación de bajo conocimiento de las Apps en concreto (población no usuaria de las mismas) que convive con una parte de la población usuaria que desconoce las características de las aplicaciones que emplea.

Las preguntas sobre destreza se concentraron en la primera dimensión del Marco Valenciano, es decir, “Información y Alfabetización de datos” (figura 6).

La actividad práctica 2 se centraba en competencias del nivel intermedio para “Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital” (figura 6). En esta actividad, más de la mitad de las 192 pruebas no responde la primera pregunta, en la que debían señalar las carreteras más directas entre dos puntos de la geografía española en coche (56%) (ver datos en tabla 22, en Anexo). Hay un mayor número de ellas que incluyen la duración del viaje en minutos, por lo que había una voluntad por demostrar su destreza en el uso de aplicaciones de mapas. De hecho, aunque trataban de realizar el ejercicio en ordenador (33%), un porcentaje alto prefirió hacerlo con su móvil (26%), pues era el dispositivo que utilizaban habitualmente para este tipo de búsquedas.

La actividad práctica 4 (figura 6) trataba de averiguar la destreza en búsquedas simples utilizando palabras clave, específicamente en páginas de la administración pública. Para ello debían encontrar información puntual sobre un tema en concreto. Así, 2 de 3 personas realizaron el primer y segundo paso contestando adecuadamente la pregunta (tabla 24 en Anexo). El uso de palabras clave fue muy variado, pero en su mayor parte utilizaron la combinación “tarjeta del mayor”. No obstante, solo respondieron 1 de cada 2 personas. El último paso no fue completado con éxito por prácticamente ninguna persona participante. Por lo tanto, si bien se aprecian destrezas básicas en la competencia “Navegar, buscar y filtrar datos” en 2 de cada 3 personas, las evidencias apuntan a que existen dificultades para poder realizar este tipo de tareas en la mayor parte de los casos.

La actividad práctica 1 (figura 6) trataba de averiguar la destreza en búsquedas simples utilizando palabras clave, pero desde el acto mismo de identificación y apertura del navegador. Los datos no mejoraron de forma significativa con respecto a los porcentajes de la actividad 4. Abrir el navegador y buscar con las palabras indicadas concentraban las mayores respuestas correctas, aunque la proporción seguía siendo 2 personas por cada 3 (tabla 25, en Anexo).

Finalmente, la actividad 3 (figura 6) se orienta en mayor medida a tareas relacionadas con el manejo de datos, información y contenido digital. En concreto se centra en la gestión y administración de carpetas y archivos. Esta actividad fue especialmente pesada para la mayor parte de la población. Más de la mitad no ejecuta el primer paso: “crear una carpeta” (56%). Los dos últimos pasos no son realizados por el 87% (“comprimir el archivo”) y el 78% de ellos (“buscar y poner la fecha de creación”).

CONCLUSIONES

Identificar y potenciar las competencias digitales y mediáticas de las personas mayores tiene que ver con el interés de inclusión social de este grupo etario como ciudadanía activa, con herramientas y competencias para participar en los procesos participativos y de toma de decisiones, que en muchos casos se gestan en el entorno digital y se alimentan de las relaciones con los medios de comunicación. Por otro lado, en gran medida, la búsqueda de autonomía y mejora de la calidad de vida está vinculada a su relación con el entorno digital y mediático en la vida cotidiana.

En ese sentido, se identifican tres puntos transversales con relación a sus competencias mediáticas, que resultan claves y pueden condicionar su percepción del entorno, la construcción de sus opiniones y, en definitiva, sus posicionamientos ideológicos y toma de decisiones a nivel de participación cívica y política.

El primer aspecto tiene que ver con la comprensión de qué es exactamente internet y para qué sirve (pregunta P01), el bajo porcentaje de acierto en esta pregunta denota una confusión con respecto a qué

es internet y sus funciones. Aunque en términos generales **parece que existe un imaginario sobre qué es internet, se percibe como algo abstracto con vacíos en la comprensión de su funcionamiento.**

El segundo punto identificado tiene que ver con la **dificultad para discernir entre información verídica e información distorsionada** (pregunta P04). Esta pregunta no buscaba identificar si una noticia era verdadera o falsa sino indagar en su capacidad para identificar elementos distorsionadores, en concreto imágenes manipuladas, que pueden tergiversar el sentido o magnitud de la información. Estos primeros resultados indican que se trata de un público especialmente vulnerable a posibles bulos y noticias falsas.

Por último, **se identifican también importantes confusiones con relación a temas vinculados a la privacidad, en especial con respecto a lo que concierne a la sensación de control sobre la información que se comparte en las redes sociales** (pregunta P10). Se observa, pues, falta de conciencia sobre los datos que se comparten, no solo con las personas que acceden a esta información, sino con las propias plataformas; hecho que una vez más los coloca en situación de vulnerabilidad ante posibles estafas y engaños.

En cuanto a las competencias digitales, en la línea de las preguntas orientadas a las competencias mediáticas, se vuelve a detectar un conocimiento limitado a muy pocas aplicaciones y tecnologías, posiblemente orientado a las que suelen utilizar (pregunta P18, pregunta P19 y pregunta P20). El plano de la destreza de la dimensión de “Información y Alfabetización de datos” no mejora sustancialmente. Aunque dos tercios demuestran destreza en las actividades de búsqueda, estas son básicas. El ámbito de la comunicación tampoco proporciona mejores resultados (pregunta P2). Estos apuntan a que una gran parte de la población evaluada puede estar utilizando algunas aplicaciones para comunicarse con otras personas, pero sin llegar a comprender sus características.

De igual forma, en el mejor de los casos, dos tercios de la muestra responde correctamente alguna pregunta relacionada con la evaluación de la calidad, validez y fiabilidad de la información disponible en internet. La respuesta correcta cae más en aquellas

relacionadas con la seguridad (pregunta P13, pregunta P14, pregunta P15a, pregunta P15b, pregunta P17). Dado que las competencias de evaluación de la información y de la protección de sí mismos en internet pueden estar estrechamente relacionadas, estos resultados refuerzan el argumento anterior, por el cual se afirmaba que existía un alto número de personas en el grupo evaluado que estarían en situación de vulnerabilidad ante los engaños en internet. Por lo tanto, y aunque la población también identifica como fuente más fiable la página oficial (pregunta P3) y parece mantener una posición protectora sobre sus propios datos (pregunta P16), los resultados de las preguntas relacionadas con la evaluación de la información y la seguridad indican que estas otras habilidades no serían suficientes para contrarrestar el riesgo.

Estos son los resultados que proporcionan los participantes del estudio piloto, a quienes la Cátedra les está especialmente agradecida. Gracias a su implicación ha podido extraer suficiente información para corregir y proponer un instrumento que pueda ofrecer una fotografía más completa sobre el nivel de conocimiento y de destrezas del adulto-mayor. Ahora bien, para ello, sería preciso ampliar la muestra. A este respecto, también se recuerda que la mayor parte de la población destinataria del pretest eran personas que asistían a talleres de uso de ordenador o de móvil, o que tenían perfiles universitarios. Como consecuencia, es posible que, si se logra obtener una muestra representativa, los resultados muestren una realidad con mayores brechas digitales de las observadas a través de las encuestas.

ANEXO DEL CAPÍTULO. EL PROTOTIPO

Las aplicaciones

El resultado previsto de esta acción era la propuesta para el desarrollo posterior de una herramienta de evaluación de competencias, atendiendo a una selección de dimensiones asociadas a los usos de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Este resultado incluía la posibilidad de la preparación de dicha herramienta de evaluación a mayor gran escala, para conocer el nivel competencial de un grupo determinado en un momento concreto. La validación también proporciona información sobre las acciones a considerar y la dificultad o facilidad en la realización de las mismas, desde una aproximación cualitativa; lo que permitía la propuesta de futuras políticas en esta materia.

A este respecto, para poder llegar a más personas, y teniendo en cuenta que esta evaluación se dirigía a la población preferentemente usuaria, se encargó el diseño de una aplicación web accesible y fácil de realizar, basada en las preguntas seleccionadas, para móvil y ordenador, que formaron el prototipo interactivo de la prueba. El prototipo se hizo en uno de los dos idiomas para probar el diseño, pero se haría en los dos (valenciano y castellano). Este se realizó con Figma. La parte técnica fue contratada a una empresa especialista en aplicaciones digitales.

Se solicitó el prototipo atendiendo al tipo de preguntas, no al número total de las mismas. Finalmente fueron diseñados 14 ejercicios más las actividades prácticas y las preguntas de perfil.

El diseño

De acuerdo con las observaciones realizadas en el pretest fueron requeridos los siguientes aspectos:

- 1.- La prueba debía diseñarse para web y para móvil. Debía ser sencilla y accesible.
- 2.- Debía estar preparada para hacer el desarrollo tanto para valenciano como para castellano.
- 3.- No volver atrás, para ello debía haber una respuesta con un “no sé hacerlo” y otra con “prefiero no contestar” ajustadas al sentido de la pregunta.
- 4.- Para evitar confusiones y cierres de la prueba, en la medida de lo posible se debía evitar salir de la misma.
- 5.- Debía tener previsto un botón de ayuda por pregunta.
- 6.- De igual forma, para evitar el abandono, consideramos que podría ser muy beneficioso proponer un sistema de gratificaciones utilizando la gamificación (el juego) o frases motivadoras.
- 7.- En cuanto a la estructura, debía tener tres partes diferenciadas: página con información legal, recogi-

da de datos generales y preguntas o ejercicios a responder. Se precisaba espacio para logotipos. El prototipo está en la fase de validación con la población destinataria.

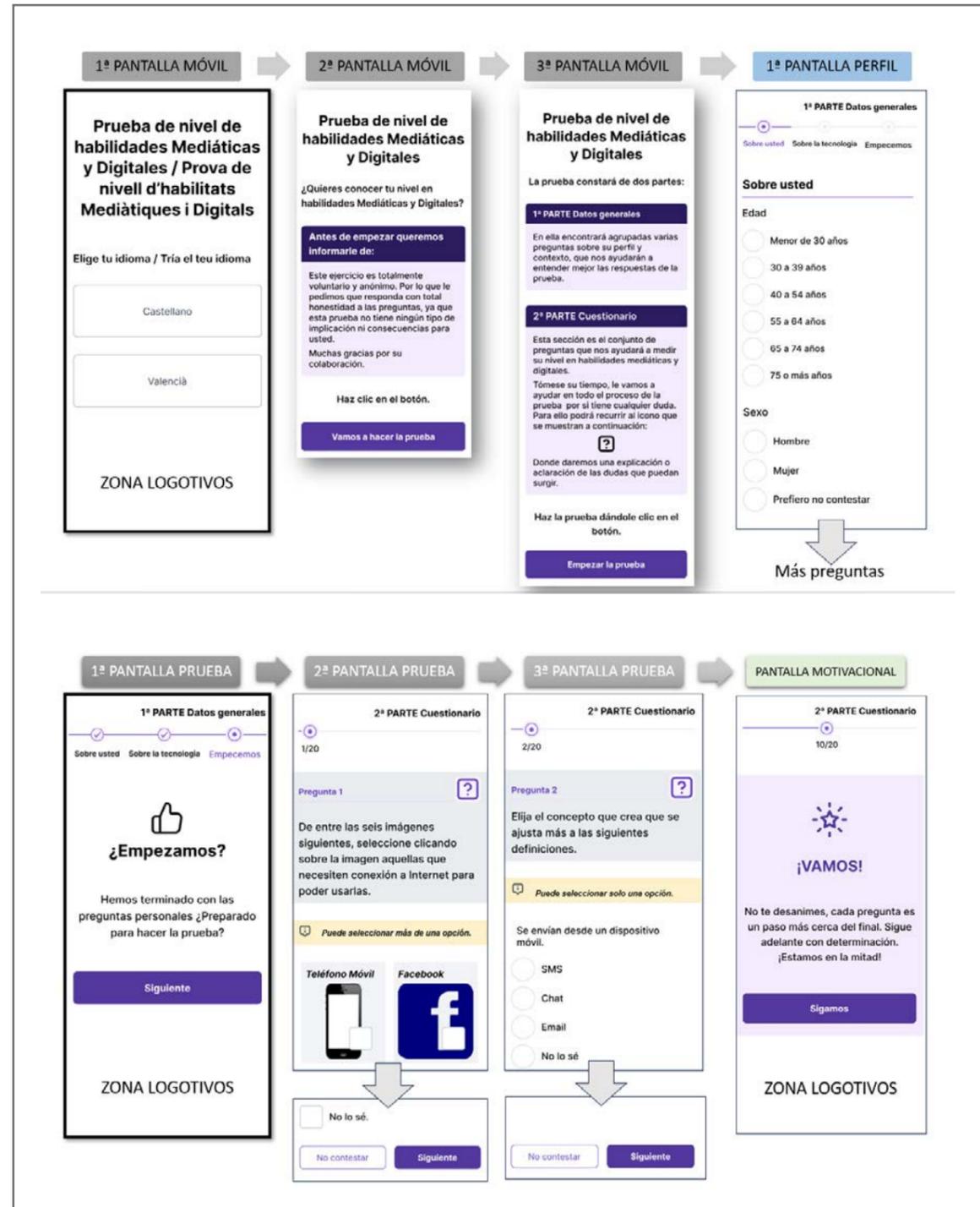


Figura 8. Ejemplos de prototipo en móvil
Nota: El prototipo también se adaptó a escritorio.

Referencias y enlaces:

- Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente. Diario oficial de la Unión Europea (DOUE) núm 394, de 30 de diciembre de 2006, publicado en el Boletín Oficial del Estado (Referencia DOUE-L-2006-82748). <https://www.boe.es/doue/2006/394/L00010-00018.pdf>
- Carretero, St., Vuorikari, R. & Punie Y. (2017). DigComp 2.1 Marco de Competencias Digitales para la Ciudadanía Con ocho niveles de competencia y ejemplos de uso. European Commission's Joint Research Centre. <https://digitalidades.org/wp-content/uploads/2020/11/DigCompEs.pdf>
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29, 100-107. <https://doi.org/10.3916/C29-2007-14>
- Ferrés, J., y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38, 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Generalitat Valenciana (GVA) (2021). Marco Valenciano de Competencias Digitales Digcomp_CV. Dirección General para la lucha contra la Brecha Digital, Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital. <https://cutt.ly/V1nxCQz>
- Instituto Nacional de Estadística, INE (2022). Informe usos de internet y personas mayores.
- Jenkins, H., Ito, M. & Boyd, D. (2015) *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Polity Press: Cambridge.
- Ferrés i Prats, Joan; Figueras Maz, Mònica; Ambrós i Pallarès, Alba. (2022). EduMediaTest, una eina al servei de la competència mediàtica.». *Quaderns del CAC*, 25 (48), 79-84, <https://doi.org/10.34810/qcac48id406108>.
- Junta de Castilla y León (2023). Certifica tus competencias digitales con tuCertiCyL. <https://tucerticyl.es/>
- Junta de Andalucía (2023). Vuela. Plataforma de diagnóstico. <https://evaluate.andaluciavuela.es/>
- Ferrés i Prats, Joan; Hafner Táboas, Amalia; Arciniega Cáceres, Mittzy; Mateus Borea, Julio y Andrada Sola, Pablo (2021). *Materiales formativos. EduMediaTest*. <https://edumediatest.eu/es>
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies, *The Communication Review*, 7 (1), 3-14, DOI: 10.1080/10714420490280152
- Martens, H. (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. *Journal of Media Literacy Education*, 2, pp. 1 - 22
- Mason, Lance & Krutka, Daniel. (2018). Media Literacy, Democracy, and the Challenge of Fake News. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 1-10. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-2-1>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1982). Declaración promulgada por representantes de diecinueve naciones en el Simposio Internacional de la UNESCO sobre la Enseñanza de los Medios, celebrado en la República Federal de Alemania.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2017). Educación para los Objetivos de Desarrollo Sostenible: objetivos de aprendizaje. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252423>
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54, pp. 675 - 696. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>
- Vuorikari, R., Kluzer, S. & Punie, Y., (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens. Luxembourg, Publications Office of the European Union, doi:10.2760/115376

Otras fuentes a destacar:

- Gutiérrez Martín, A. (2023). Educomunicación para la ciudadanía crítica en la sociedad digital, en *IV Webinar de la Cátedra de Brecha Digital Generacional, En torno a la alfabetización mediática en comunicación digital*, 10 de noviembre de 2023. <https://brechadigitalgeneracional.com/actividades/>
- Rodríguez-Martínez, R. & Martín, A. (2023). Resultados del análisis de la verificación contra la desinformación entre la población senior, en *IV Webinar de la Cátedra de Brecha Digital Generacional, En torno a la alfabetización mediática en comunicación digital*, 10 de noviembre de 2023. <https://brechadigitalgeneracional.com/actividades/>
- Sádaba, Ch. (2023). El público senior y la desinformación: retos y oportunidades, en *IV Webinar de la Cátedra de Brecha Digital Generacional, En torno a la alfabetización mediática en comunicación digital*, 10 de noviembre de 2023. <https://brechadigitalgeneracional.com/actividades/>

Encontrar soluciones: sesiones de transferencia

Martínez-Sala, Alba-María
Papí-Gálvez, Natalia

Las universidades en calidad de centros generadores de conocimiento, están obligadas al desarrollo de actividades para su transferencia (Armendáriz-Núñez et al., 2022; Ghorbani et al., 2021). En este sentido, es indefectible identificar e implementar los mecanismos más adecuados para la difusión del conocimiento generado, particularmente del que se desarrolla e incide en ámbitos sociales (Gilsing et al., 2011).

En esta misma línea Castro et al. (2008) destacan entre las tres funciones fundamentales de las universidades, la transferencia de conocimiento (TC), entendida como una actividad y servicio que estas instituciones desarrollan para la propiciación de soluciones, de servicios que promuevan el desarrollo local, regional, etc., en beneficio de las comunidades sociales. Esta dimensión social de la TC cobra especial relevancia en el contexto la Cátedra de Brecha Digital Generacional de la Universidad de Alicante (UA), en adelante Cátedra, fruto del acuerdo de colaboración entre esta y la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, por su propia esencia y finalidad y en función de la vocación social que define a ambas entidades (Merma-Molina et al., 2022; Rey Varela, 2023).

Independientemente del carácter público o privado, social o personal de la TC, se considera necesario concienciar a la comunidad académica y a los diversos sectores: económicos, gubernamentales, etc., sobre los mecanismos de TC disponibles y utilizados en beneficio de la sociedad, así como sobre los resultados obtenidos. Se pretende con ello multiplicar exponencialmente el alcance de la transferencia y, también, promoverla, al incentivar la reproducción de estos mismos mecanismos.

En el ámbito concreto que nos ocupa, el de las Ciencias Sociales, se observa cierta indiferencia respecto a los procesos investigativos y sus correspondientes aportaciones a la sociedad, así como cierta creencia de que estas disciplinas, poco o

nada pueden ofrecer a otras áreas (Olmos-Peñuela et al., 2014; Serrano y Claver, 2012). Sin embargo, y pese a la escasa atención y recursos que, en términos generales, las universidades les prestan, “las comunidades científicas no sólo tienen que transferir conocimiento a las empresas, también a las sociedades o al menos a algunos sectores sociales” (Echeverría Ezponda, 2008, p. 547). Así mismo, se ha constatado que la TC, en este ámbito, no solo sirve a la sociedad en su conjunto, o a determinados colectivos, sino también, y en gran medida a la industria (Zalewska-Kurek et al., 2018).

La solución de las cuestiones sociales, económicas, políticas que entorpecen el desarrollo y avance igualitario de la sociedad debe ser una prioridad para las instituciones de educación superior que deben afrontar a través de la TC (Armendáriz-Núñez et al., 2022). Bajo esta premisa, la Cátedra desarrolla su actividad en el ámbito de la alfabetización digital de los adultos mayores, pieza esencial en orden a garantizar un envejecimiento activo y saludable (Martínez-Sala et al., 2022).

La filosofía y premisas que rigen las actividades de la Cátedra, parten de la consideración de la transferencia académica como vía esencial para conectar el conocimiento que se genera en el ámbito de la academia con las necesidades y desafíos de la sociedad. Esto implica mucho más que la mera transmisión de información (Armendáriz-Núñez et al., 2022), y requiere considerar la transferencia como mecanismo de transformación y evolución que debe orientarse, entre otros, a colectivos específicos, particularmente aquellos que se enfrentan a situaciones de mayor vulnerabilidad, como es el caso de los adultos mayores (Papí-Gálvez et al., 2021; Ramos-Soler, 2020).

Estos grupos se benefician de manera significativa de la TC ya que no solo les provee de herramientas para superar obstáculos, sino que también contribuye a la mejora de sus condiciones de vida (Papí-Gálvez et al., 2022), subrayando la importancia de la transferencia académica en la promoción de la equidad social (Armendáriz-Núñez et al., 2022).

De manera específica, en el colectivo de los adultos mayores, la brecha digital generacional emerge como un desafío relevante, llegando a plantear dudas acerca de si su carácter y detonante princi-

pal reside, precisamente, en la variable edad (Papí-Gálvez y La Parra-Casado, 2023; Ramos-Soler et al., 2019; Papí-Gálvez y Escandell-Poveda, 2019). **La brecha digital surge como un fenómeno resultante de las disparidades en el acceso y uso de la tecnología digital entre los diferentes grupos etarios**, cerniéndose como un posible obstáculo para algunos de estos, debido, presumiblemente, a la variable edad. Sin duda, la edad se muestra, a priori, como factor potencial de diferenciación respecto del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) al determinar el contexto en el que las personas se han formado, han trabajado etc., y en consecuencia su relación con las TIC (Vega & Quintero-Romero, 2019). Desde esta perspectiva, de entre todos los segmentos etarios, los adultos mayores parecen afrontar un desafío aún mayor por el mero hecho de ser inmigrantes digitales (Prensky, 2001), y por el mero hecho de ser mayores de, por ejemplo, 60 años ¹. La transferencia académica se convierte, a este respecto, en un aliado esencial para este colectivo al proporcionarles las herramientas, habilidades y conocimientos necesarios para superar la barrera digital y participar plenamente en la sociedad digitalizada favoreciendo su plena integración al tiempo que un envejecimiento activo y saludable (Casado Muñoz y Lezcano Barbero, 2018; Organización Mundial de la Salud, 2015).

En este apartado se presenta una de las actividades de TC realizada en 2023 por la Cátedra dentro de su estrategia diseñada para afrontar la brecha digital generacional (Papí-Gálvez et al., 2021, p. 9).

La Cátedra tiene la finalidad de proponer y realizar actividades que contribuyan a profundizar en las causas y los efectos de las brechas desde el enfoque generacional, con el propósito de encontrar soluciones que reviertan en una mayor calidad de vida de la población. La misma representa un compromiso de transferencia de conocimiento y divulgación a medio y largo plazo para reducir las distancias provocadas por

las diferencias en el acceso, la adquisición de competencias digitales o el buen uso de las tecnologías entre las diferentes generaciones de la Comunidad Valenciana.

1. La edad inicial del segmento poblacional de adultos mayores puede variar según la aproximación que se realice (ej. por países, normativa, etc.). En algunos textos, la edad de inicio se sitúa en los 60 años, mientras que en otros puede ser más alta, 65 años. La elección de tal punto de partida en adultos mayores se basa en una combinación de factores y es en gran medida una construcción social y cultural.

Sección Informe	Investigación y transferencia	
Propósito	Propiciar encuentros y eventos que faciliten la generación de conocimiento, la puesta en común y la búsqueda de soluciones.	
Tipo de acción/es	Encuentros: entidades con acciones orientadas a adultos-mayores Estudio: recogida y análisis de la información.	
Procedimiento/s	Encuentros: se aplica el conocimiento sobre organización de eventos Estudio: tratamiento próximo a una dinámica en grupo aplicada a mesas de trabajo.	
Planificación/Diseño	Entidades	Se revisan las entidades del tercer sector incluidas en la guía (http://hdl.handle.net/10045/122916) y se contactan con aquellas interesadas, con margen de maniobra y experiencia en programas específicos.
	Tipo de evento	Reuniones en Alicante, Castellón y Valencia.
	Realización	12, 13 y 14 de julio de 2023
Autorizaciones previas	UA	Informe positivo del Comité de ética de la Universidad para la investigación.
Créditos	Autores/as de este apartado	Martínez-Sala, Alba-María (coordinación contacto con asistentes y espacios) y Papí-Gálvez, Natalia (dirección, moderación en las mesas y análisis de los resultados).
	Agradecimientos	A todas las personas y entidades que participaron. A García-Espinosa, Silvia (información cualitativa y transcripciones) e Ibáñez-Hernández Ana-Isabel (información cualitativa y apoyo mediático).
	+Recursos	Gestión administrativa (Francisco Ramón Juan Jover). Servicio de lenguas Universidad de Alicante. Servicio audiovisual.
	Financiación	Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).
Resultado/Impacto	Resultados	Recomendaciones y vídeos para la campaña
	Generación de mayor impacto	Resultados de la Cátedra transferidos a los grupos de interés /Mayor cobertura digital orientada a la sociedad a través del refuerzo en comunicación (vídeos de la actividad, gráficas y nota de prensa; publicados en redes sociales y página web).

TABLA 2. Ficha técnica de la acción MBT

LA ACTIVIDAD

La propuesta consistía en una serie de sesiones de TC. Estas se realizaron con los principales agentes sociales del ámbito de los adultos mayores en la Comunidad Valenciana, implicados en la gestión y erradicación de la brecha digital, con el fin de potenciar y fomentar la transferencia de los conocimientos y contenidos originados en el marco de la Cátedra. En sus tres años de vida, el equipo de la Cátedra ha desarrollado distintas actividades y elaborado diversos materiales que recogen información sobre la brecha digital generacional actualizada y de alto interés para estos agentes sociales. Las sesiones que se describen se plantearon por y para trasladar a estos agentes todo el conocimiento generado con el fin de apoyar y reforzar su labor.

Así mismo, **para garantizar una transferencia eficaz, esta debe ser planteada como proceso de comunicación que sirva para consolidar las relaciones establecidas con los agentes sociales** (Kotler et al., 2011), y en consecuencia, se debe propiciar la bitransferencia en el sentido de dar voz y protagonismo al interlocutor en ese proceso de comunicación e intercambio de contenidos (Pérez González y Massoni, 2009). Esta es la base del éxito del modelo web 2.0, y posteriores, y ha sido el detonante de cambios relevantes en todos los procesos comunicativos (Nafria, 2008).

Para ello, **estas sesiones se conciben como espacios comunitarios donde los agentes sociales pueden informar acerca de su posición actual y de sus actuaciones respecto de la brecha digital**. Se persigue con ello que se conviertan en auténticos prosumidores (Toffler, 1980) para, desde ahí, pasar a ser portavoces de los resultados de las actividades de la

Cátedra, maximizando el alcance de la transferencia al actuar como adprosumidores (Martínez-Sala et al., 2019). Por lo tanto, estas sesiones, finalmente concebidas como mesas de trabajo, fueron diseñadas bajo una premisa esencial en la sociedad digitalizada, que no ha sido, sin embargo, contemplada en el ámbito de la TC: la bidireccionalidad. De ahí que se las haya bautizado con el nombre de “Mesas de bitransferencia” (MBT).

Esta redefinición de las mesas de trabajo que responde a una realidad marcada por el cambio del tradicional papel del receptor en emisor en los procesos de comunicación, amplía los mecanismos para la TC identificados por Bartol y Srivastava (2002) en su taxonomía de sistemas de gestión del conocimiento al dotar de un carácter bidireccional a todos los relativos a compartir información. Bajo este nuevo enfoque, no solo comparte la institución, también aquellos con quienes esta comparte.

Justificada y descrita la actividad, se abordan a continuación los objetivos, metodología y principales conclusiones de la misma. Se espera que el detalle y descripción de las MBT contribuya a que esta nueva edición de la memoria de actividad de la Cátedra siga reforzando la transferencia académica integral. Desde esta perspectiva, el desarrollo y difusión de las memorias de actividades de la Cátedra han ido mostrando cómo este mecanismo impulsa el avance del conocimiento al servicio de una sociedad más igualitaria al ofrecer soluciones a los desafíos contemporáneos que, entre otros, mejoran la vida de los colectivos más desfavorecidos, los adultos mayores, en el contexto de la brecha digital generacional y de la Cátedra.

¿Qué se pretendía?

El objetivo principal de estas sesiones es la transferencia de la actividades y estudios de la Cátedra a personas con capacidad para explotarlos, usando y aplicando los resultados obtenidos, así como difundiendo los, a su vez entre otras personas a las que están vinculados con relación a la erradicación de la brecha digital generacional. Así mismo, se considera necesario que los agentes sociales implicados participen activamente en estas sesiones exponiendo su situación actual, problemas y soluciones respecto de las actividades que realizan, han realizado o realizarán con relación a la alfabetización digital de adultos mayores, y actuando como portavoces de estos, los principales protagonistas. Se trata de convertir estas sesiones en espacios comunitarios donde todos los participantes pueden recibir y proporcionar información contribuyendo a la cocreación de nuevos contenidos que sirvan al objetivo común de entender la brecha digital generacional para poder actuar sobre la misma.

¿Cómo se hizo?

El diseño e implementación de las MBT se plantea como una investigación descriptiva y exploratoria (Hernández Sampieri et al., 2014) sobre TC en el ámbito de la brecha digital generacional. La “distribución del conocimiento se refiere a los mecanismos que permiten compartir el conocimiento, mediante la utilización de las tecnologías, estructuras organizativas, cultura y demás variables organizativas que influirán en el acceso al conocimiento” (Vázquez González y Estrada Rodríguez, 2014, p. 4).

Los mecanismos de TC son diversos y contemplan actividades como contratos de investigación, patentes, licencias de propiedad intelectual, laboratorios de trabajo mixtos (universidad-empresa), movilidad de estudiantes y profesores, conferencias, talleres, exposiciones y flujo de graduados (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), 2002) pero, además de estas fórmulas de TC formales cabe considerar otras de carácter informal (Marr y Phan, 2020) como la escogida, y que se describe a continuación.

Se recurrió a una técnica de carácter cualitativo: una mesa de trabajo a modo de grupo focal o dinámica de grupo (Flick, 2004). Para Vieira y Zouain (2004, p. 15) “[...] la investigación cualitativa atribuye una importancia fundamental a la descripción detallada de los fenómenos y elementos que lo rodean, los testimonios de los actores sociales involucrados, los discursos, los significados y los contextos”.

Concretamente se realizaron tres mesas. Una en cada una de las tres provincias de la Comunidad Valenciana según la distribución siguiente:

- Una mesa en Valencia, el 12 de julio de 2023 en la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), de 10 a 14:00hs
- Una mesa en Alicante, el 13 de julio de 2023 en la UA, de 10 a 14:00hs
- Una mesa en Castellón, el 14 de julio 2023 en el Parque Tecnológico de la Universitat Jaume I (UJI), de 11 a 15:00hs.

En las tres sesiones se contó con una moderadora,



encargada también de la presentación de los últimos resultados de la investigación llevada a cabo por la Cátedra sobre brecha digital (Papí-Gálvez y La Parra-Casado, 2023), y dos observadoras que se encargaron de la transcripción complementaria a la grabación de voz que se realizó, previo consentimiento de los participantes.

Respecto de la periodicidad, dada la gran diversidad y número de agentes sociales, **se recomienda que estas sesiones tengan carácter anual o bienal, con el fin de ir dando cabida a todos y cada uno de los agentes implicados en la brecha digital** que deseen participar.

La composición de las mesas

La muestra se concretó a partir de los siguientes criterios:

1. Organizaciones no gubernamentales (ONG) que representen a los principales agentes sociales del ámbito de los adultos mayores en la Comunidad Valenciana, implicados en la gestión y erradicación de la brecha digital.
2. ONG que operen en la Comunidad Valenciana en el sector de los adultos mayores, y que hayan actuado, o estén actuando o quieran actuar en el ámbito de la alfabetización en TIC de este colectivo (transferencia).

Los criterios descritos se correspondían con las entidades contactadas para su participación en la guía

desarrollada por la Cátedra “Entidades, proyectos y acciones contra la brecha digital generacional en la comunidad valenciana, con especial atención en las iniciativas dirigidas a personas mayores” (Papí-Gálvez et al., 2022). Convocar a estas mismas entidades para las MBT propiciaba la bidireccionalidad en el sentido de actualizar y hacer un seguimiento de la información que facilitaron para la mencionada guía. También se incluyó a aquellas ONG que no participaron en la misma (falta de tiempo, no estaban realizando ni tenían previsto realizar acciones en el ámbito de la brecha digital generacional, etc.) pero que mostraron interés.

En función de los criterios establecidos se confeccionaron las MBT de Valencia, Alicante y Castellón, partiendo de una serie de premisas adicionales.

- Valencia: por ser la sede de la mayoría de las federaciones, uniones, etc., y en general de cualquier tipo de agrupación de asociaciones de adultos mayores, se escogió para la sesión con representantes de este tipo de entidades cuyo alcance abarca al menos dos de las tres provincias de la Comunidad Valenciana.
- Alicante: asociaciones del ámbito de los adultos mayores con sede en Alicante.
- Castellón: asociaciones del ámbito de los adultos mayores con sede en Castellón.

El detalle de la muestra final se presenta en el siguiente punto. La metodología descrita se resume en la siguiente tabla:

Metodología:	Descriptiva y exploratoria Cualitativa	
Técnica:	Mesa de trabajo	1 moderadora-exposición de resultados 2 observadoras (tomando nota) Grabación de voz y transcripción posterior
Muestra:	Entidades sin ánimo de lucro	Que operen en: Adultos mayores en la Comunidad Valenciana. Que hayan actuado, o estén actuando o quieran actuar en el ámbito de la alfabetización en TIC de este colectivo.

TABLA 3. Ficha resumen metodología MBT

INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES

VALENCIA

Federación de Asociaciones de Ciudadanos Mayores de la Comunitat Valenciana (CIMA) Presidente: Joaquín Martínez La Federación de Asociaciones de CIUDADANOS MAYORES de la Comunidad Valenciana, CIMA, es una Federación sin ánimo de lucro, que agrupa a las asociaciones de jubilados a través de sus organizaciones, hogares, clubes o centros especializados de la Comunidad Valenciana. CIMA es miembro del Consejo de Mayores de la Comunidad Valenciana. CIMA es entidad colaboradora con la Fundación Reina Sofía contra la violencia. CIMA es miembro de la Plataforma Valenciana de Entidades de Voluntariado Social. CIMA está presente en cada una de las comarcas de la Comunidad Valenciana. Asistencia: Josefina Cortijo, secretaria de CIMA // Presente en la guía de 2022: no.
Plataforma del Voluntariat de la Comunitat Valenciana Presidente: Miguel Salvador Esta plataforma engloba una red de 145 entidades sin ánimo de lucro unidas por el nexo común del <i>voluntariado</i> . Asistencia: Miguel Salvador Salvador, Presidente y Joaquin Lleó, Responsable de RR. II de Plataforma del Voluntariat de la Comunitat Valenciana // Presente en la guía de 2022: sí.
Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP) Presidente UDP de Alicante: José Ballart Castells Presidente UDP Valencia: Diego Alcázar Hernández UDP Integra y asociaciones y federaciones de pensionistas y jubilados y otras asociaciones sectoriales. Integra a Federación Provincial de Jubilados y Pensionistas de Alicante, Federación Provincial de Asociación de Jubilados y Pensionistas de UDP Valencia y Federación Provincial de Asociaciones de Jubilados y Pensionistas de Castellón. Asistencia: asistieron representantes de UDP de Alicante // Presente en la guía de 2022: sí.
FOMCOVA (Federación Organizaciones de Mayores de la Comunitat Valenciana) Presidente: Rafael Bauxali Almarche Integran 4 asociaciones: Asociación de pensionistas de la Administración Pública PAPCOVA, Asociación de jubilados y pensionistas de Aguas Potables de Valencia, Asociación de jubilados y Pensionistas del Ayuntamiento de Valencia y Asociación de jubilados y pensionistas de Bancaja. Asistencia: Rafael Baixauli Almarche, Presidente, y Vicente Alarcón Lozano, Secretario de FOMCOVA // Presente en la guía de 2022: sí
LARES Presidenta: Julia Rico Lares Comunidad Valenciana es la Asociación de Residencias y Servicios de Atención a los Mayores del Sector Solidario desde 1995. Lares CV agrupa a 48 entidades entre residencias de tercera edad y centros de día en Valencia, Castellón y Alicante sin ánimo de lucro. Asistencia: Ana Fernández, integrante del Comité de Voluntariado de Lares CV en nombre de Fundación Valenciana Fortuny i Albors, centro asociado a Lares CV y Lola Bosch, Trabajadora Social // Presente en la guía de 2022: no.

ALICANTE**Asociación Voluntarios de Informática Mayores de la Comunidad Valenciana (AVIM-CV)**

Delegado Alicante: Miguel Angel Estradera
Delegado Elche: Miguel Atencia Pérez

La Asociación de Voluntarios de Informática Mayores de la Comunidad Valenciana (AVIM-CV), es una asociación sin ánimo de lucro, fundada en marzo de 2003 como resultado del convenio suscrito entre la Fundación "la Caixa" y la Conselleria de Bienestar Social de la Generalitat Valenciana, para la iniciación en la informática de las personas mayores y su participación activa en la sociedad a través del uso de las nuevas tecnologías. Trabajan en CEAM de Alicante, Valencia y Castellón.

Asistencia: Miguel Ángel Estradera, Delegado en Alicante // Presente en la guía de 2022: sí.

Fundación DASYC (Desarrollo de Acciones Sociales y Culturales)

Delegada Alicante: Alba Pérez-Adsuar Berenguer

Institución de carácter benéfico y sin ánimo de lucro promovida por un grupo de profesionales que desean contribuir activa y responsablemente al desarrollo integral de las personas, conscientes de su repercusión en la mejora de la sociedad. Actualmente también trabajamos en: Alicante, Castellón y Palma de Mallorca.

Asistencia: en vídeos // Presente en la guía de 2022: sí.

Fundación Pilares para la autonomía Personal

Delegada Comunidad Valenciana: Clarisa Ramos Feijoo
Coordinadora Alicante: Alicia Suria

Esta fundación apoya a la dignidad a lo largo de la vida mediante la innovación, el conocimiento y la cooperación: atención en domicilio y entorno, Investigación y evaluación, Formación, Acompañamiento al cambio de modelo, etc.

Asistencia: Alicia Suria, Trabajadora social. Coordinadora Alicante y Raquel Rives, Psicóloga y técnica de proyectos de intervención comunitaria en Fundación Pilares // Presente en la guía de 2022: sí.

La nueva asociación del voluntariado

Coordinadora de programa de mayores junto al Ayuntamiento de Alicante y Acción Social: Noemi San Roque.
Coordinadora de programa de mayores junto Ayto Alc y Acción Social: Ana Lata

ONG de ámbito nacional, con su sede central en Alicante y delegados en Valencia, Málaga y Cantabria. Está especializada en el Voluntariado de Comunicación, Acción y Conciencia: Ayuda a personas con enfermedades crónicas, discapacitados y tercera edad, talleres Sensibilización con música clásica en el Centro de Tercera Edad Novaire, Participación en diferentes actividades en el Centro Social Comunitario para la Tercera Edad.

Asistencia: Noemi San Roque, Coordinadora de programa de mayores junto a Ayto. y Acción Social // Presente en la guía de 2022: sí.

SECOT- Seniors españoles, Valencia, Alicante y Castellón

Presidente Alicante: Antonio Cortés

Asociación sin Ánimo de Lucro apolítica, independiente y no confesional, declarada de Utilidad Pública en 1995. Sus voluntarios son los Seniors, profesionales, directivos y empresarios que habiendo finalizado su actividad laboral o que encontrándose en activo deseen, con espíritu altruista, ofrecer su experiencia y conocimientos en gestión empresarial o académica a quienes lo necesitan.

Asistencia: Antonio Cortés, Presidente Alicante y José Pérez Domene, Responsable Formación SECOT Alicante // Presente en la guía de 2022: sí.

Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP)

Presidente Federación Provincial de Jubilados y Pensionistas de Alicante: José Ballart Castells

Integra y asociaciones y federaciones de pensionistas y jubilados y otras asociaciones sectoriales: Federación Provincial de Jubilados y Pensionistas de Alicante, Federación Provincial de Asociación de Jubilados y Pensionistas de UDP Valencia y Federación Provincial de Asociaciones de Jubilados y Pensionistas de Castellón.

Asistencia: José Ballart Castells, Presidente y Pedro Ruiz, Trabajador social de UDP Alicante // Presente en la guía de 2022: sí.

CASTELLÓN**Asociación Voluntarios de Informática Mayores de la Comunidad Valenciana (AVIM-CV)**

Delegación Grao de Castelló
Delegada Grao de Castelló: Pepa Bellés

La Asociación de Voluntarios de Informática Mayores de la Comunidad Valenciana (AVIM-CV), es una asociación sin ánimo de lucro, fundada en marzo de 2003 como resultado del convenio suscrito entre la Fundación "la Caixa" y la Conselleria de Bienestar Social de la Generalitat Valenciana, para la iniciación en la informática de las personas mayores y su participación activa en la sociedad a través del uso de las nuevas tecnologías. Trabajan en CEAM de Alicante, Valencia y Castellón.

Asistencia: Pepa Bellés, Delegada en Grao de Castellón de AVIM-CV y Basilio Soto Aita, voluntario de informática CEA Grau Castelló // Presente en la guía de 2022: sí.

Asociación Voluntarios de Informática Mayores de la Comunidad Valenciana (AVIM-CV)

Delegación Vila-Real
Delegado Vila-Real: Enrique Fortuño Ebro

La Asociación de Voluntarios de Informática Mayores de la Comunidad Valenciana (AVIM-CV), es una asociación sin ánimo de lucro, fundada en marzo de 2003 como resultado del convenio suscrito entre la Fundación "La Caixa" y la Conselleria de Bienestar Social de la Generalitat Valenciana, para la iniciación en la informática de las personas mayores y su participación activa en la sociedad a través del uso de las nuevas tecnologías. Trabajan en CEA de Alicante, Valencia y Castellón.

Asistencia: Luis Giménez, voluntario AVIM-CV en Vila-Real // Presente en la guía de 2022: sí.

SECOT- Seniors españoles, Valencia, Alicante y Castellón

Presidente Castellón: Juan Jose Montoro

Asociación sin Ánimo de Lucro apolítica, independiente y no confesional, declarada de Utilidad Pública en 1995. Sus voluntarios son los Seniors, profesionales, directivos y empresarios que habiendo finalizado su actividad laboral o que encontrándose en activo deseen, con espíritu altruista, ofrecer su experiencia y conocimientos en gestión empresarial o académica a quienes lo necesitan.

Asistencia: Álvaro Remolar, Asesor SECOT - Delegado CASTELLON y Jesús Merino, Asesor SECOT // Presente en la guía de 2022: sí.

Cruz Roja

Responsable Departamento de Personas Mayores y Teleasistencia: Cristina Parra

-

Asistencia: Teresa Navarro Mansergas, Responsable Autonómica. Inclusión Social // Presente en la guía de 2022: sí.

SECOT- Seniors españoles, Valencia, Alicante y Castellón

Presidente Castellón: Juan Jose Montoro

Asociación sin Ánimo de Lucro apolítica, independiente y no confesional, declarada de Utilidad Pública en 1995. Sus voluntarios son los Seniors, profesionales, directivos y empresarios que habiendo finalizado su actividad laboral o que encontrándose en activo deseen, con espíritu altruista, ofrecer su experiencia y conocimientos en gestión empresarial o académica a quienes lo necesitan.

Asistencia: Álvaro Remolar, Asesor SECOT - Delegado CASTELLON y Jesús Merino, Asesor SECOT // Presente en la guía de 2022: sí.

RESULTADOS

Tras la exposición de los principales datos de los estudios de la Cátedra, se proyectó un orden de temas a tratar en todas las mesas de trabajo que incluía: presentación de entidades participantes (principal propósito, proyectos de brecha digital dirigidos y soluciones para eliminarla), valoración sobre datos mostrados por la Cátedra con posible aportación de información nueva y acuerdos sobre líneas y acciones prioritarias a realizar. Como respuesta al último punto, en las mesas emergieron tanto temas recurrentes, a cuya saturación se llegó con relativa facilidad, como información puntual y complementaria que puede favorecer la identificación de tales acciones y matizarla. Se presentan de forma sintética a continuación.

Acciones orientadas al individuo: la alfabetización digital

Los programas de alfabetización digital son un tema recurrente mencionado en todas las mesas de trabajo e identificado en los diferentes estudios de la Cátedra. Sin embargo, casi por definición, estas acciones se están aplicando a pequeña escala, en áreas muy concretas, dados los recursos existentes; por lo que se precisaría una intervención con más cobertura y más sostenida en el tiempo, coordinada y con evaluación de sus resultados. Para ello, además de que deben involucrarse en mayor medida las Administraciones y potenciar tales programas por parte de las políticas correspondientes, puede ser útil conocer los agentes que forman el tejido asociativo para buscar fórmulas de colaboración.

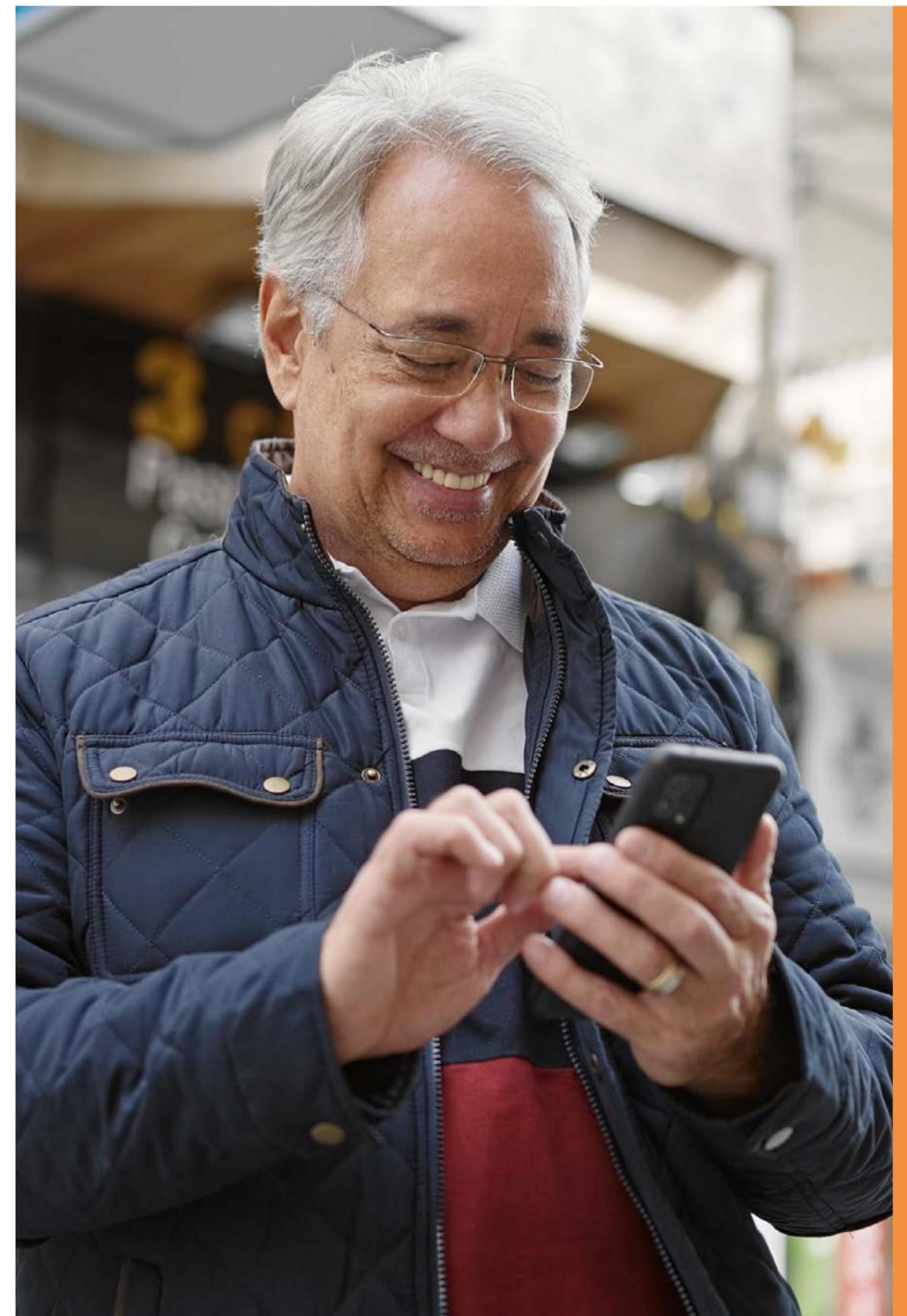
En cualquier caso, **los programas formativos deben ser significativos para la población a la que se destina, pero también deben complementarse con otras acciones de acompañamiento en los procesos de aprendizaje.** Es decir, no parece efectivo lanzar talleres o cursos sin conocer qué significan, qué decir, cómo decirlo y si hay otras acciones mejores según el colectivo.

Como punto de partida, teóricamente los programas capacitarían en el uso de los dispositivos, internet o en aquellas aplicaciones que para la población sean útiles o relevantes. En la práctica, según

la experiencia de las entidades y los resultados de los estudios, parece adecuado centrar el esfuerzo en aquello que pueda proporcionar más satisfacción y beneficios desde una dimensión social, teniendo en cuenta en todo momento el nivel inicial y las necesidades de cada persona. A continuación, se destacan las principales características a considerar, extraídas de las mesas de trabajo:

- En primer lugar, identificar necesidades, intereses o situaciones concretas de la **población**, para poder orientar las acciones a grupos determinados, emerge como acción necesaria. De hecho, existen grupos poblacionales a los que deben darse alternativas a los procesos digitales para evitar su exclusión social, pero se debe hacer con acompañamiento y ayuda personalizada. En estos casos la digitalización actúa como un tema relevante pero no único, visión que se aplica desde la Fundación Pilares. De hecho, en el caso de los colectivos en situación de vulnerabilidad, los cursos no serían apropiados, por lo que la acción debe ser prácticamente individualizada, habitualmente a través de voluntariado que les ayuda en el día a día con cuestiones clave para sus vidas (como la solicitud de ayudas o de subvenciones a las que tienen derecho, pero no disponen ni de la formación ni de herramientas suficientes para poder tomar la iniciativa), como aplica La Nueva Asociación del Voluntariado. A este respecto, parece más apropiado que los cursos se orienten a aquellos grupos que están en transición de adquisición de las tecnologías, utilizando otras fórmulas de aproximación inicial con los colectivos en situación de mayor vulnerabilidad. En este punto, Fomcova propone realizar un **catálogo de necesidades básicas** de personas mayores y los requisitos tecnológicos que ello conlleva (bancos, centro de salud, citas previas, etc), así como el organismo que debería hacer el seguimiento de todo ello.

- Con respecto a los cursos, en todas las mesas surge el móvil como **dispositivo** estrella para la capacitación en competencias digitales. En particular, se trataba de un dispositivo que podía favorecer la comunicación con otras personas y luchar contra el aislamiento social y la soledad no deseada. Como consecuencia, se sugiere realizar cursos centrados en el uso del móvil. Desde Secot consideran que es una cuestión fundamental transmitir, en primer lugar, qué es un smartphone y cómo funciona, pues puede ayudar a comprender mejor el funciona-



miento de nuestro entorno, al ligar nuestro sentido físico del mundo con la abstracción que caracteriza el concepto internet. A este respecto, también parece necesario dar información suficiente para que comprendan cuándo están conectados y cuándo no lo están, pues son realidades fáciles de confundir si se desconocen las “bambalinas” de las aplicaciones. Poner el foco en el móvil también posibilita su sustitución en ciertas situaciones por la tableta. Si se trata de un curso, el **equipamiento** tiene que existir y ser apropiado.

- En cuanto al nivel de los cursos, no cabe duda de que dependerá del grupo, pero en general considerarán que debe ser básico y contener pocos temas. Las sesiones también deberían ser cortas y se debe tener en cuenta que, en muchas ocasiones, se utilizan para socializar y relacionarse con los demás. Como consecuencia, en cuanto a selección de los **contenidos**,

aconsejan que sean relevantes. La relevancia es crucial en estos casos para incentivar la participación y evitar el abandono, cuestión que sucede con frecuencia. Por ello, es prioritario que estén ajustados tanto a su nivel como a sus necesidades, y sientan que están haciendo algo que les es útil a ellos. Como se sugiere en las mesas, se trata “de entrar” con una propuesta acertada. Tal parece ser el caso del uso del WhatsApp (o de cualquier otra aplicación de mensajería instantánea que llegue a ser tan popular como la nombrada), tanto como propuesta para un curso, como para luego crear grupos y continuar con el contacto entre ellos, como mencionan, por ejemplo, CIMA o UPD. También se plantea si el juego puede ser una fórmula apropiada para iniciarlos en las nuevas tecnologías.

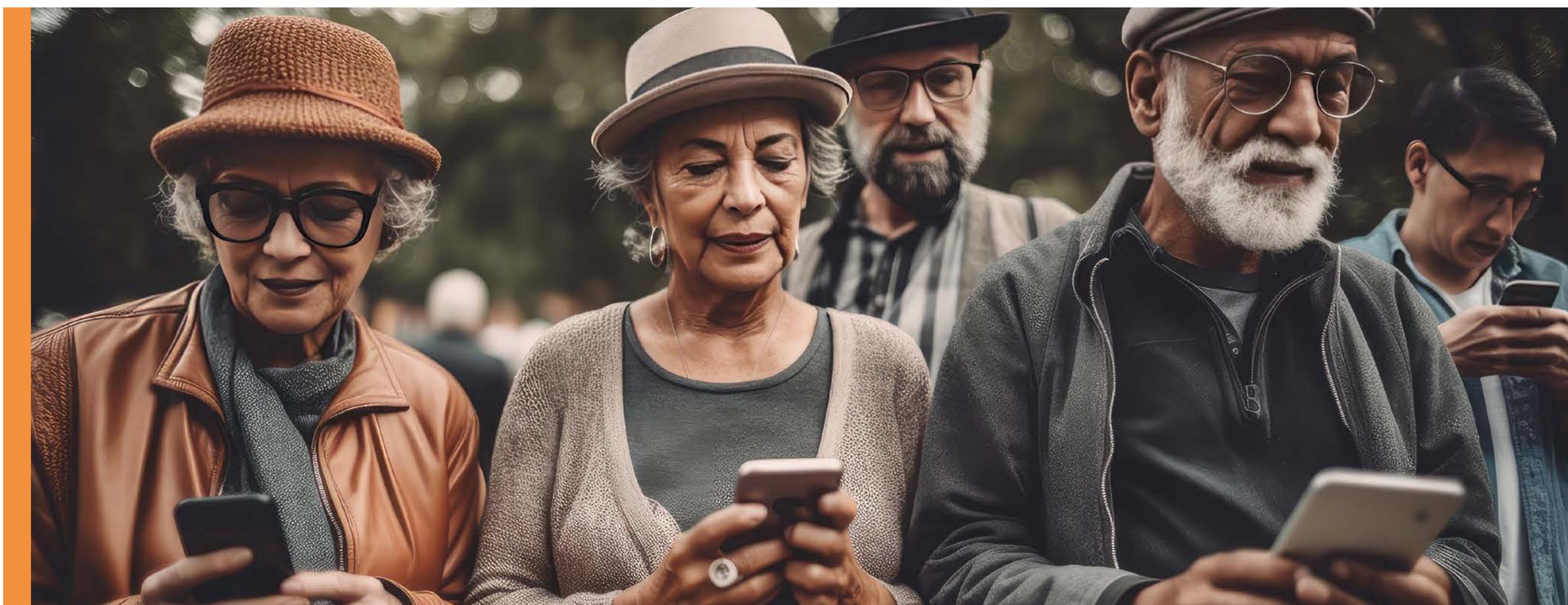
- Como se ha introducido en el anterior punto, la **socialización** y la comunicación es otra cuestión clave

para comprender las motivaciones de los asistentes a los cursos, o el uso de la tecnología por colectivos que pueden estar aislados. Con ella trabajan muchas de las asociaciones participantes. Algunas tienen incluso programas específicos basados en generar redes con el propósito de luchar contra la soledad no deseada o poder conectar a personas, como es el caso de: Cruz Roja, Fundación Pílares, Lares o La nueva asociación.

- Estrechamente relacionado con la alfabetización digital hay un aspecto crucial que condiciona la relación de algunas personas mayores con la tecnología, presente también en estudios anteriores de la Cátedra. Se trata de la **falta de confianza o el miedo a utilizar la tecnología por motivos diferentes, pero que pivotan todos alrededor de la necesidad de adquirir mayor conocimiento**. Por este motivo, los temas a seleccionar que podrían ser muy útiles

para estos colectivos (por su perfil y por sus implicaciones sociales) son todos aquellos centrados en la ciberseguridad, identificación de la información falsa y del intento de fraude o engaño. La ciberseguridad debe ser abordada con el propósito, justamente, de elevar la **confianza**, es decir, proporcionando elementos de juicio necesarios para despertar una perspectiva crítica que sea capacitadora y que ayude a utilizar las tecnologías. Desde este lugar, las personas que son reticentes al uso posiblemente se animen a utilizar los dispositivos no solo para buscar información y para comunicarse, sino también para realizar gestiones que sean útiles para su vida cotidiana. Otros temas clave, más especializados, giran en torno a la alfabetización financiera.

- En cuanto a la impartición de los cursos, fue mencionada la necesidad de disponer de una **red de profesores** autónomos como una de las fórmulas



habitualmente utilizadas. Como se ha mencionado, también se podría disponer de un **grupo de personas voluntarias** previamente formadas. De las mesas se desprende que, si tales profesores o voluntarios son de una edad próxima al grupo, los participantes se sienten más identificados. Sin embargo, el voluntariado parece estar más orientado a los jóvenes, según la apreciación de la Plataforma del Voluntariado de la Comunitat Valenciana; aunque los encuentros intergeneracionales, con jóvenes voluntarios, pueden ser muy beneficiosos, tanto para los colectivos de los más mayores como para los de menor edad.

- Sobre la presencialidad de los cursos, depende del propósito de la acción. En términos generales, los **cursos presenciales** son considerados necesarios, al menos como punto de partida, pero también es importante poder complementarlos con un **sistema continuo de consulta**. El voluntariado, de nuevo, aquí sigue siendo fundamental para poder ayudar en la resolución de dudas que surgen en el día a día. Pueden crear grupos por mensajería instantánea y funcionar como “asesores” o “consultores” puntuales.

Para ajustar los programas formativos a las necesidades de los diferentes colectivos, la diferenciación entre provincias puede ser positiva desde un punto de vista geográfico, dadas las particularidades de cada territorio. En concreto, emergió la diferenciación entre zonas urbanas y rurales. De hecho, aunque en las zonas rurales se está instalando la fibra óptica, las casas no siempre están preparadas, por el tipo de construcción. Además, las personas suelen ser más mayores, las poblaciones tienen menos densidad y, por lo tanto, los grupos están más dispersos geográficamente. Como consecuencia, hacer actividades conjuntas implica cierta complejidad. Ante esta dificultad, el programa de formación itinerante de UDP Alicante, con profesorado autónomo, fue propuesto como una solución. Su objetivo era llegar a zonas con poca población. El voluntariado es también clave en estas acciones, de acuerdo con las propuestas de la Plataforma del voluntariado de la Comunitat Valenciana. De igual forma, los grupos de WhatsApp se consideraron especialmente útiles en estos casos, pues facilitan un contacto inmediato y, como consecuencia, la solución a dudas que se surgen en el momento que suceden.

Acciones orientadas a las aplicaciones: tecnología al servicio del usuario

En estudios previos de la Cátedra se recogió la necesidad de aplicar **diseños sencillos e inclusivos** validados por la población usuaria destinataria, en especial por aquellos colectivos que tienen potencialmente más dificultades. **En algunas mesas destacan que las aplicaciones están desarrolladas por gente joven, por lo que deben realizarse pruebas con usuarios mayores**. Esta consideración, que es básica para la inclusión digital, no afecta exclusivamente al diseño, sino que debería aplicarse desde el origen, en la propia concepción de todos los sistemas que condicionen, en definitiva, la experiencia del usuario. Aunque se advierte de la complejidad de que esta acción se universalice a no ser que lo asuman ciertas empresas, dado el reparto del mercado entre las grandes tecnológicas y la disparidad de políticas en cuestiones que son internacionales, se puede exigir en el desarrollo de futuras aplicaciones y páginas web. La idea gira en torno a simplificar el máximo posible las acciones a realizar, con un diseño que acompañe a la comunicación y, por lo tanto, trabajar la **creación de contenido** testeando todo según los colectivos con mayores dificultades. Estas cuestiones también entroncan con otras propuestas que favorecen la comunicación, aplicando el principio de accesibilidad a través de varias fórmulas entre las que están presentes el lenguaje de signos o la utilización de textos para la lectura de acceso universal. A modo de resumen, desde Secot Castellón se propone la realización de un libro de estilo y de aplicación para los creadores.

En este punto, también se propone la exploración del uso de **otras fórmulas** como puede ser la ejecución de órdenes a través de la voz, que se considera especialmente útil para colectivos de adultos mayores. Otros escenarios son la realidad virtual, atendiendo a los programas expuestos por la Cruz Roja. La aplicación de la inteligencia artificial forma parte de algunas intervenciones de las mesas como escenario esperanzador para orientar la tecnología a las personas y, sobre todo, a los colectivos que precisan mayor ayuda y asistencia; aunque sigue siendo una gran desconocida y provoca desconfianza. Con todo, la aplicación de la tecnología para situaciones relacionadas con la salud inyecta esperanza en su aplicación para el bien de la humanidad. En las me-

sas se habla del Alzheimer, a modo de ejemplo, pero las necesidades son múltiples.

Como tema destacado dentro de la mejora de todas las aplicaciones y las páginas web, se encuentra la **Administración digital**. La dificultad de los trámites online con la Administración pública es una cuestión que debe ser solucionada de forma urgente desde las propias Administraciones. No parece conveniente que la carga de la solución se sitúe en la ciudadanía, al menos si se pretende actuar desde el principio de igualdad en nuestras sociedades.

Todas las entidades coinciden en que los trámites digitales son barreras manifiestas para una parte de la población adulta mayor, pero las gestiones con la Administración pública limitan especialmente la capacidad de participación en prácticamente todos los colectivos. De hecho, debido a la complejidad de los procesos de la propia Administración, se recomienda proveer de **canales de ayuda** como puede ser, por ejemplo, la realización de consultas a través de llamadas telefónicas que no sean atendidas por un robot, como ya se advirtió en estudios anteriores de la Cátedra. En este punto, los tutoriales también son recursos que pueden ayudar. Las barreras con la Administración están presentes en más generaciones. Como exponente estaría el certificado digital que, aunque se considera de gran utilidad, su autogestión entraña dificultad.

Acciones dirigidas a garantizar el acceso y uso con un mínimo de garantías

Además de la revisión de las páginas web de la administración pública, hay una serie de acciones que podrían revisarse para garantizar el acceso y el uso.

Hay grupos que no se pueden permitir poder acceder al mundo digital en las condiciones necesarias para tener una experiencia de usuario que no dependa de la falta de actualizaciones, por lo que es importante orientar el esfuerzo para tratar de aproximarlos a la tecnología con un mínimo de garantías; como se desprende de las aportaciones de las entidades como Fomcova o La nueva asociación, entre otras participantes.

De hecho, la brecha se acrecentará igualmente si no se tiene en cuenta que la sociedad está sumergida en un proceso de digitalización que afecta a prácticamente todos los ámbitos de la vida cotidiana, pues es continuo. En estos casos, **el acceso de calidad debe quedar garantizado**, más allá de la posibilidad de utilizar un dispositivo o la conexión a la red en un momento o lugar determinado.

La anterior observación queda estrechamente vinculada con la importancia del equipamiento para la realización de los cursos subrayada. Una vez garantizado el acceso, y en cuanto al uso, el mismo debería incorporar también la calidad. No se trata de disponer de aulas de informática con máquinas no sujetas a un plan de actualización. **Todo equipamiento precisa revisión**, mantenimiento y, en su caso, sustitución.

Además del acceso y del uso, en materia de gestiones online, tampoco deberían normalizarse situaciones en las que únicamente se pueden hacer gestiones a través de las plataformas digitales, máxime si son tan relevantes para la vida hoy en día como cualquier trámite bancario (ej. cobro de pensiones, pago de facturas o de impuestos). Deberían detectarse y, si se continuaran dando en cualquiera de sus formas, hacer desaparecer las penalizaciones de cualquier tipo por trámites presenciales, facilitando en todo momento **la gestión por las dos vías**.

Acciones dirigidas a la sociedad: visibilización y sensibilización

Todos están de acuerdo en que falta mucho trabajo de sensibilización. Se detectan prácticas que pueden ser explicadas por el edadismo, que suelen ser de difícil identificación. En cambio, por otro lado, también parece conveniente desestigmatizar la tecnología entre los colectivos que la consideran externa o inalcanzable.

Como consecuencia, en las mesas emergió la gran importancia que tienen las charlas de sensibilización e información dirigidas a varios colectivos específicos, tanto dentro como fuera del ámbito familiar. De hecho, las relaciones intergeneracionales intrafamiliares pueden ayudar, pero en la misma medida que ayudan también pueden desmotivar. Algunas prác-

ticas descritas en las mesas de trabajo se orientan hacia los jóvenes y los niños con el propósito de fomentar la empatía; pero otras sugieren que deberían orientarse a los funcionarios públicos e, incluso, a los puntos de venta y servicios de asistencia de tecnología, para que puedan atender convenientemente a cualquier persona que tenga dudas.

Todas estas cuestiones también se articulan con otras propuestas que favorecen la comunicación, aplicando el principio de accesibilidad, a través del lenguaje de signos o utilizando textos para la lectura de acceso universal.



Referencias y enlaces:

- Armendáriz-Núñez, E., Tarango, J., & González-Quñones, F. (2022). Transferencia de conocimiento en docentes universitarios y su aplicación en ciencias sociales y humanidades. *Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 24(2), 329–343. <https://doi.org/10.36390/telos242.08>
- Armendáriz-Núñez, E., Tarango, J., & Machin-Mastromatteo, J. D. (2022). Modelo de transferencia de conocimiento para vincular instituciones de educación superior en ciencias sociales y humanidades con entidades sociales. *IE Revista de Investigación Educativa de La REDIECH*, 13, e1491. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v13i0.1491
- Bartol, K. M., & Srivastava, A. (2002). Encouraging Knowledge Sharing: The Role of Organizational Reward Systems. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), pp. 64–76. <https://doi.org/10.1177/107179190200900105>
- Casado Muñoz, R., & Lezcano Barbero, F. (2018). Inclusión digital y envejecimiento activo: la participación de los mayores en las redes sociales / Digital inclusion and active aging: the participation of the elderly in social networks. *Aula Abierta*, 47(1), 113. <https://doi.org/10.17811/rife.47.1.2018.113-122>
- Castro Martínez, E., Fernández de Lucio, I., Pérez Marín, M., & Criado Boado, F. (2008). La transferencia de conocimientos desde las humanidades: posibilidades y características. *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 184(732), pp. 619–636. <https://doi.org/https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.211>
- Echeverría Ezponda, J. (2008). Transferencia de conocimiento entre comunidades científicas. *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 184(731), pp. 539–548. <https://doi.org/https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i731.203>
- Flick, U. (2004). *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. Bookman.
- Ghorbani, A., Sohrabi, Z., Yazdani, S., & Azandehi, S. (2021). Towards s the third generation universities : The core innovative function approach. *Medical Journal of the Islam Republic of Iran (MJ IRI) Med*.
- Gilsing, V., Bekkers, R., Bodas Freitas, I. M., & van der Steen, M. (2011). Differences in technology transfer between science-based and development-based industries: Transfer mechanisms and barriers. *Technovation*, 31(12), pp. 638–647. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2011.06.009>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2011). *Marketing 3.0*. LID Editorial empresarial.
- Marr, K., & Phan, P. (2020). The valorization of non-patent intellectual property in academic medical centers. *The Journal of Technology Transfer*, 45(6), pp. 1823–1841. <https://doi.org/10.1007/s10961-020-09827-0>
- Martínez-Sala, A.-M., Monserrat-Gauchí, J., & Quiles-Soler, M.-C. (2019). Influencia de las marcas de moda en la generación de adprosumers 2.0. *Prisma Social*, 24, pp. 51–76. <http://revistaprismasocial.es/article/view/2814/2976>
- Martínez-Sala, A.-M., Ramos-Soler, I., García González, J., & Mendoza Longoria, L. M. (2022). Desarrollo de herramientas para el estudio de la incidencia de las TIC en el envejecimiento activo y saludable. In U. Cuesta, A. Barrientos-Báez, & L. Martínez Martínez (Eds.), *Los nuevos materiales de la comunicación y la salud* (pp. 19–30). Editorial Fragua.
- Merma-Molina, G., Urrea-Solano, M., & Hernández-Amorós, M. J. (2022). El conocimiento del profesorado de la Universidad de Alicante sobre los objetivos de desarrollo sostenible: un estudio comparativo. *Apuntes de Economía y Sociedad*, 4(2), pp. 56–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.5377/aes.v4i2.16537>
- Nafria, I. (2008). Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de internet (4th ed.). Gestión2000.
- Olmos-Peñuela, J., Castro-Martínez, E., & D'Este, P. (2014). Knowledge transfer activities in social sciences and humanities: Explaining the interactions of research groups with non-academic agents. *Research Policy*, 43(4), 696–706. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.12.004>
- Organización Mundial de la Salud. (2015). Envejecimiento saludable. In *Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud* (pp. 27–42). World Health Organisation. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873_spa.pdf?sequence=1
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2002). *Benchmarking industry-science relationships* (1st ed.). Editorial OECD. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/9789264175105-en>
- Pérez González, R. A., & Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia*. Ariel.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), pp. 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Papi-Gálvez, N., & La-Parra Casado, D. (2023). Age-Based Digital Divide: Uses of the Internet in People Over 54 Years Old. *Media and Communication*, 11(3), pp. 77–87. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6744>
- Papi-Gálvez, N., & Escandell-Poveda, R. (2019). Retos de internet del futuro y generación española no digital: datos nacionales 2017. *Cuadernos.info*, (45), pp. 173–190. <https://doi.org/10.7764/cdi.45.1524>
- Ramos-Soler, I. (2020). Buenas prácticas, proyectos y acción social ante los desafíos de la sociedad digital. La UPUA y los mayores. In N. Papi-Gálvez & A.-M. Martínez-Sala (Eds.), *I Encuentro Cátedra de Brecha Digital Generacional. Personas mayores en la era de la digitalización: Iniciativas en la Comunidad Valenciana*.
- Ramos-Soler, I., Martínez-Sala, A.-M., & Campillo-Alhama, C. (2019). ICT and the sustainability of World Heritage Sites. Analysis of senior citizens' use of tourism apps. *Sustainability*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/su11113203>
- Rey Varela, J. M. (2023). Perspectiva dinámica de los derechos sociales y retos para una buena administración. *Lex Social, Revista de Derechos Sociales*, 13(1), pp. 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.46661/lexsocial.7939>
- Serrano, Á., & Claver, N. (2012). *La transferencia de tecnología y conocimiento universidad-empresa en España: estado actual, retos y oportunidades*. Editorial CYD.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janés.
- Vázquez González, E. R., & Estrada Rodríguez, S. (2014). La adopción de un modelo de transferencia de conocimiento y tecnología en un centro público de investigación. *Revista Científica Vozes Dos Vales*, 3(6), pp. 1–31. <http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2014/10/La-adopci3n-de-un-modelo-de-transferencia-de-conocimiento-y-tecnolog3a-en-un-centro-p3blico-de-investigaci3n.pdf>
- Vega, O. A., & Quintero-Romero, S. B. (2019). Persona adulta mayor y TIC: un ambiente propicio para consolidar. *Anales En Gerontología*, 11, pp. 129–140.
- Vieira, M. M. ., & Zouain, D. . (2004). *Pesquisa qualitativa em administra33o*. FGV.
- Zalewska-Kurek, K., Egedova, K., Geurts, P. A. T. M., & Roosendaal, H. E. (2018). Knowledge transfer activities of scientists in nanotechnology. *Journal of Technology Transfer*, 43(1), pp. 139–158. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9467-6>

Otras fuentes a destacar:

- Muñoz Gonzalo, A. (2023). La respuesta de la Universidad al aprendizaje a lo largo de la vida: el caso de la Comunidad Valenciana, en *III Webinar de la Cátedra de Brecha Digital Generacional, De los datos al conocimiento: indicadores, diálogos y propuestas*, 10 de marzo de 2023. <https://brechadigitalgeneracional.com/actividades/>
- Tejedor Azpeitia, J. L. (2023), Brecha digital, retos y oportunidades, en *III Webinar de la Cátedra de Brecha Digital Generacional, De los datos al conocimiento: indicadores, diálogos y propuestas*, 10 de marzo de 2023. <https://brechadigitalgeneracional.com/actividades/>



Incentivar proyectos sobre la brecha digital generacional

Papí-Gálvez, Natalia
La Parra-Casado, Daniel

Uno de los objetivos de la Cátedra es incentivar la investigación temprana sobre temas relacionados con la brecha digital generacional y visibilizarla, con el propósito de generar conocimiento y sensibilizar. Para ello, en el año 2022 se pusieron en marcha los primeros premios dirigidos a trabajos de fin de estudios, con dos categorías: trabajos de fin de grado y trabajos de fin de máster. En este momento podían presentarte todas las autoras o autores de trabajos relacionados con esta temática que hubieran finalizado, defendido y superado la asignatura indicada en cualquiera de las universidades valencianas en los dos cursos y convocatorias detalladas en la convocatoria.

Al año siguiente, 2023, **se apuesta de nuevo por la convocatoria de los premios y se abre la posibilidad a aquellos trabajos no presentados a los premios el curso anterior**, atendiendo a las condiciones de la nueva convocatoria. El objetivo es el de servir de aliciente para la promoción y difusión de la actividad docente e investigadora centrada en la brecha digital generacional.

La convocatoria de los premios a Trabajos de Fin de Grado y Trabajos de Fin de Máster de la Cátedra Brecha Digital Generacional de la Universidad de Alicante se publica, a efectos informativos, en marzo de 2023 en el Boletín Oficial de la Universidad de Alicante y, posteriormente, en el Diario Oficial de la Generalitat Valenciana.

La Comisión de valoración completa fue nombrada por la Comisión Mixta de la Cátedra y estuvo formada por expertas de la brecha digital generacional y miembros de entidades implicadas en la sociedad. Además de los dos miembros de la Cátedra que actuaron como secretario y presidenta, la comisión quedó formada por las siguientes vocales:

- Concepción Bru Ronda, adjunta primera al Síndic de Greuges de la Comunitat Valenciana y colabora-

dora honorífica de la Universidad de Alicante;

- Francisca Inés Hernández González, jefa de servicio de análisis y diagnóstico de la Brecha Digital de la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo;
- Milagros Julve Negro, profesora jubilada de la Universidad de València y vicepresidente del Consell Valencià de Persones Majors.

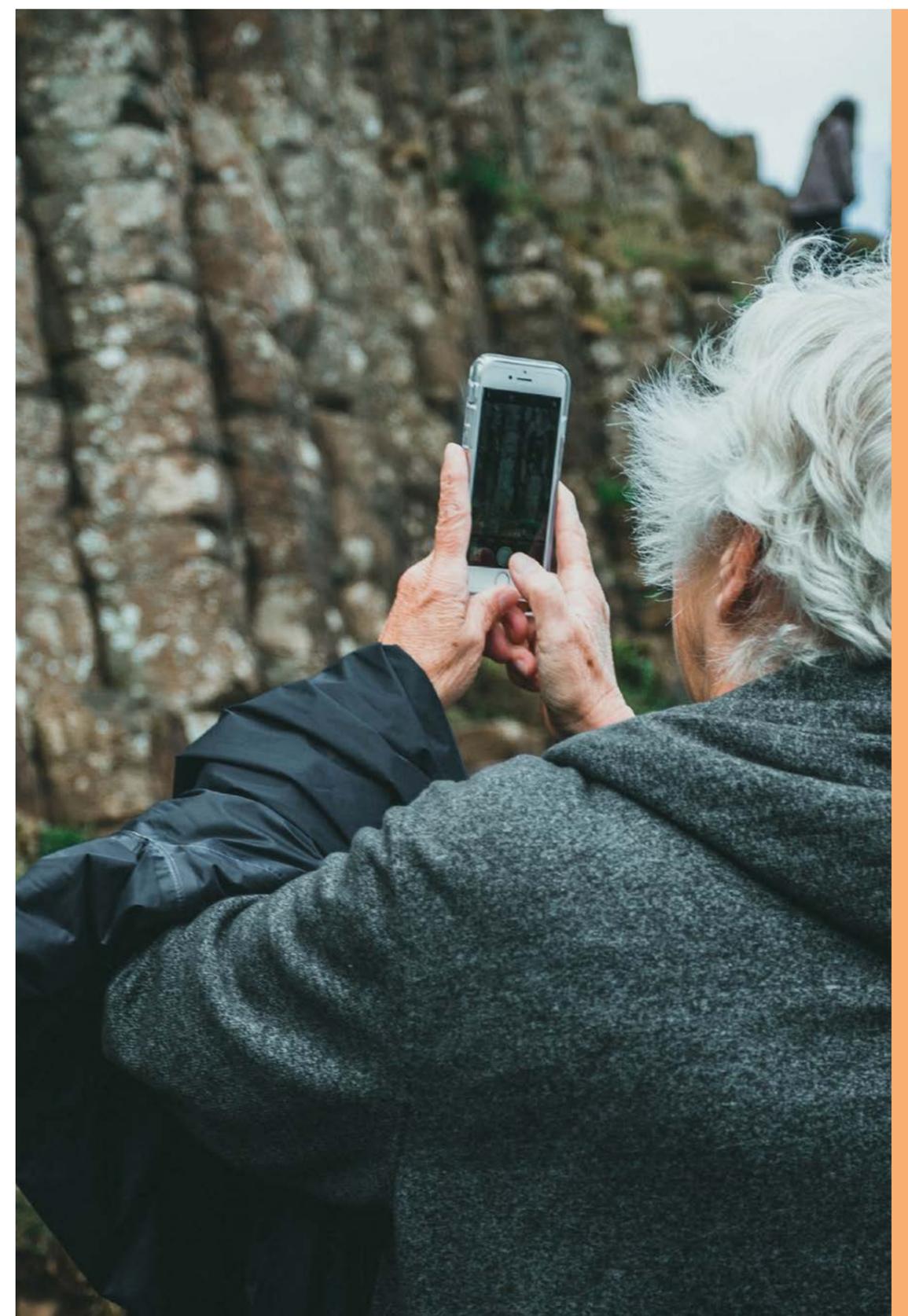
La Cátedra ha otorgado dos premios en estas convocatorias. El primero a un trabajo de fin de máster relacionado con el sector bancario y la exclusión financiera y, el segundo, a un trabajo de fin de grado relacionado con el desarrollo de una aplicación orientada a la organización de las tareas de un trabajo manual, atendiendo a la realidad de la población adulta mayor y su situación de exclusión digital.

Sección Informe	Investigación y transferencia	
Propósito	Continuar estimulando la generación de conocimiento relacionado con la brecha digital generacional.	
Tipo de acción/es	Premios Trabajos de Fin de Estudios (Grado y Máster).	
Procedimiento/s	Administrativo: convocatoria (*)	
(*) Convocatoria	Objeto	Temas relacionados con la brecha digital generacional.
	Participantes	Estudiantes universitarios de la Comunidad Valenciana que hayan superado el TFG o TFM en 2021-2022 y 2022-2023.
	Plazo solicitud	Desde publicación en marzo hasta el 28 de septiembre 2023.
	Publicación	https://www.boua.ua.es/es/acuerdo/37061
Créditos	Autores/as de este apartado	Papí-Gálvez, Natalia y La Parra-Casado, Daniel
	Agradecimientos	Miembros de la Comisión de Valoración. A todas las personas interesadas que participaron.
	+Recursos	Gestión administrativa (Francisco Ramón Juan Jover). Servicio de lenguas Universidad de Alicante. Unidad de subvenciones.
	Financiación	Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).
Resultado/Impacto	Premios	Premio al mejor Trabajo de Fin de Grado.
	Generación de mayor impacto	Mayor cobertura medios digitales externos e internos /Se consiguen más solicitudes con respecto a la edición anterior /Acto de entrega/ Nota de prensa.

TABLA 4. Ficha técnica de la acción PREMIOS

Referencias y enlaces:

- Información en: https://brechadigitalgeneracional.com/premios_2023/





TRANSFERENCIA Y COMUNICACIÓN

Espacios de aprendizaje y colaboración: seminarios online

Papí-Gálvez, Natalia
Ibáñez-Hernández, Ana-Isabel
García-Espinosa, Silvia

La Cátedra de Brecha Digital Generacional pretende contribuir a promover la igualdad de oportunidades y la inclusión digital de todas las personas en la sociedad actual. Desde su fundación en 2020, esta Cátedra lleva a cabo diversas actividades, estudios e investigaciones sobre la brecha digital generacional, con el fin de sensibilizar y concienciar a la sociedad sobre la importancia de la eliminación de las brechas en el contexto actual. Pretende, asimismo, ofrecer soluciones, tratando de hacer partícipe al resto de la población.

Como consecuencia, entre una de las acciones de la Cátedra, se organizan eventos gratuitos y abiertos a todo el público, con el propósito de transmitir las experiencias y estudios realizados sobre la brecha digital en función de la edad. **Estos espacios de formación y participación pretenden ser un lugar de encuentro para compartir y generar conocimiento, con el fin último de buscar soluciones.**

A este respecto, durante el año 2023, se organizaron dos eventos:

- el III Webinar de la Cátedra de brecha digital generacional, bajo el título “De los datos al conocimiento. Indicadores, diálogos y propuestas”, que fue celebrado el 10 de marzo; y
- el IV Webinar de la Cátedra de brecha digital generacional, con el título “En torno a la alfabetización mediática en comunicación digital”, que tuvo lugar el 10 de noviembre.

Ambos eventos fueron completamente gratuitos y accesibles en línea desde la web y otras plataformas de la Cátedra. Además, se grabaron y se editaron con el propósito de ponerlos a disposición de la sociedad en general.

Sección Informe	Transferencia y comunicación	
Propósito	Propiciar encuentros y eventos que faciliten la generación de conocimiento, la puesta en común y la búsqueda de soluciones.	
Tipo de acción/es	Webinars (III y IV)	
Procedimiento/s	Seminarios online: se aplica el conocimiento de organización de eventos.	
Planificación/Diseño	Temas	Marco internacional y Educación superior / Alfabetización mediática y Comunicación digital.
	Modalidad/precio	Online/gratuitos.
	Público	Sociedad en general.
	Duración	Mañanas.
	Realización	10 de marzo 2023 y 10 de noviembre 2023.
	Comunicación	Accesibilidad en directo.
	Recurso diferido	Grabación del evento y postproducción para compartir los vídeos de las conferencias.
	Créditos	Autores/as de este apartado
Agradecimientos		Conferenciantes y representantes de las diferentes instituciones. A Martínez-Sala, Alba-María y La Parra-Casado, Daniel por su participación e implicación en los programas. A López-Ramón, Jesús A. (gráficas). A todas las personas interesadas.
+Recursos		Gestión administrativa (Francisco Ramón Juan Jover). Servicio de accesibilidad. Servicio de lenguas Universidad de Alicante. Unidad de comunicación de la Universidad de Alicante.
Financiación		Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).
Resultado/Impacto		Resultados Generación de mayor impacto

TABLA 5. Ficha técnica de la acción Webinars

III WEBINAR DE LA CÁTEDRA DE BRECHA DIGITAL GENERACIONAL

En este Webinar intervinieron dos ponentes excepcionales con el propósito de reflexionar sobre los retos y oportunidades de la brecha digital, de un lado, y del aprendizaje a lo largo de la vida, de otro. En este evento, además, también se presentaron los resultados del trabajo de la Cátedra de Brecha Digital Generacional del año 2022, centrados en un estudio cuantitativo, destacando los indicadores habituales de observación de las brechas digitales en función de la edad y explorando otros, y en un estudio cualitativo, en el que se profundiza tanto el discurso como se invita a realizar propuestas.

La ponencia impartida por el vicepresidente de Age-Platform Europe, Jose-Luis Tejedor, abordó la brecha digital generacional desde el marco internacional, complementando, de esta forma, otras aproximaciones nacionales y regionales realizadas en eventos anteriores. El ponente es, además, presidente de la Comisión Internacional de la Confederación Española de Organizaciones de Mayores-CEOMA. La respuesta de la Universidad al aprendizaje a lo largo de la vida, con especial atención a la situación en la Comunidad Valenciana, fue el tema central de la presidenta de la Xarxa de Programas Universitarios de la Mayores de la Comunidad Valenciana (XPUM-CV), Ana Muñoz. La ponente es, además, miembro de la Junta directiva de la Asociación Estatal de Programas Universitarios de Mayores (AEPUM).

IV WEBINAR DE LA CÁTEDRA DE BRECHA DIGITAL GENERACIONAL

Bajo el título “En torno a la alfabetización mediática en comunicación digital”, durante la mañana del viernes día 10 de noviembre, se convocaron a todas las personas que pudieran tener interés en la relación entre comunicación, educación y pensamiento crítico para reflexionar sobre la importancia de la alfabetización mediática y, en especial, en el público senior. Participaron ponentes que presentaron los aspectos más destacados para entender los retos de la comunicación digital en el siglo XXI desde esta óptica. En esta ocasión, también se expusieron las diferentes actividades llevadas a cabo este último año por la Cátedra, en la que se optó por seguir una línea más divulgativa y de transferencia de conocimiento. De igual forma, en este espacio se presentó la campaña de visibilización y sensibilización de la Cátedra de Brecha Digital Generacional, anteriormente explicada: «Historias compartidas: experiencias con la brecha digital».

De acuerdo con el programa, en primer lugar, intervino Alfonso Gutiérrez Martí, profesor en la Universidad de Valladolid, quien defendió la ponencia “Educomunicación para la ciudadanía crítica en la sociedad digital”. Alfonso es catedrático en pedagogía y, actualmente, también dirige la Cátedra de “Educomunicación y Tecnologías Disruptivas” en la citada universidad. El segundo bloque, el título «Diálogos, desinformación y adultos mayores» amparaba dos exposiciones, a partir de las cuales se pretendía abrir una conversación en torno a la desinformación que sufren los adultos mayores. Por un lado, Charo Sádaba, catedrática de comunicación en la Universidad de Navarra, habló sobre «Público senior y la desinformación: retos y oportunidades» y, por otro, Ruth Rodríguez-Martínez, profesora titular en la Universidad Pompeu Fabra (UPF), y Aleix Martí, investigador y coordinador de la Cátedra Ideograma-UPF de Comunicación Política y Democracia, mostraron los «Resultados del análisis de la verificación contra la desinformación entre la población senior».

Webinar

III WEBINAR CÁTEDRA DE BRECHA DIGITAL GENERACIONAL

De los datos al conocimiento. Indicadores, diálogos y propuestas

10 de marzo de 2023
ACCESO **GRATUITO** ONLINE

Inscríbete aquí:
Valenciano: <https://kutt.it/cbdgeneracional-UA-GVA-Val>
Castellano: <https://kutt.it/cbdgeneracional-UA-GVA-Cas>

Con el mecenazgo de la Generalitat Valenciana, Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital a través de la Dirección General para la Lucha contra la Brecha Digital

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital

OBSERVATORIO DE BRECHA DIGITAL

CÁTEDRA DE BRECHA DIGITAL GENERACIONAL

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Webinar

IV WEBINAR CÁTEDRA DE BRECHA DIGITAL GENERACIONAL

En torno a la alfabetización mediática en comunicación digital

10 de noviembre de 2023
ACCESO **GRATUITO** ONLINE

Inscríbete aquí:
Valenciano: <https://kutt.it/cbdgeneracional-UA-GVA-Val>
Castellano: <https://kutt.it/cbdgeneracional-UA-GVA-Cas>

Con el mecenazgo de la Generalitat Valenciana, Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo.

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo

OBSERVATORIO DE BRECHA DIGITAL

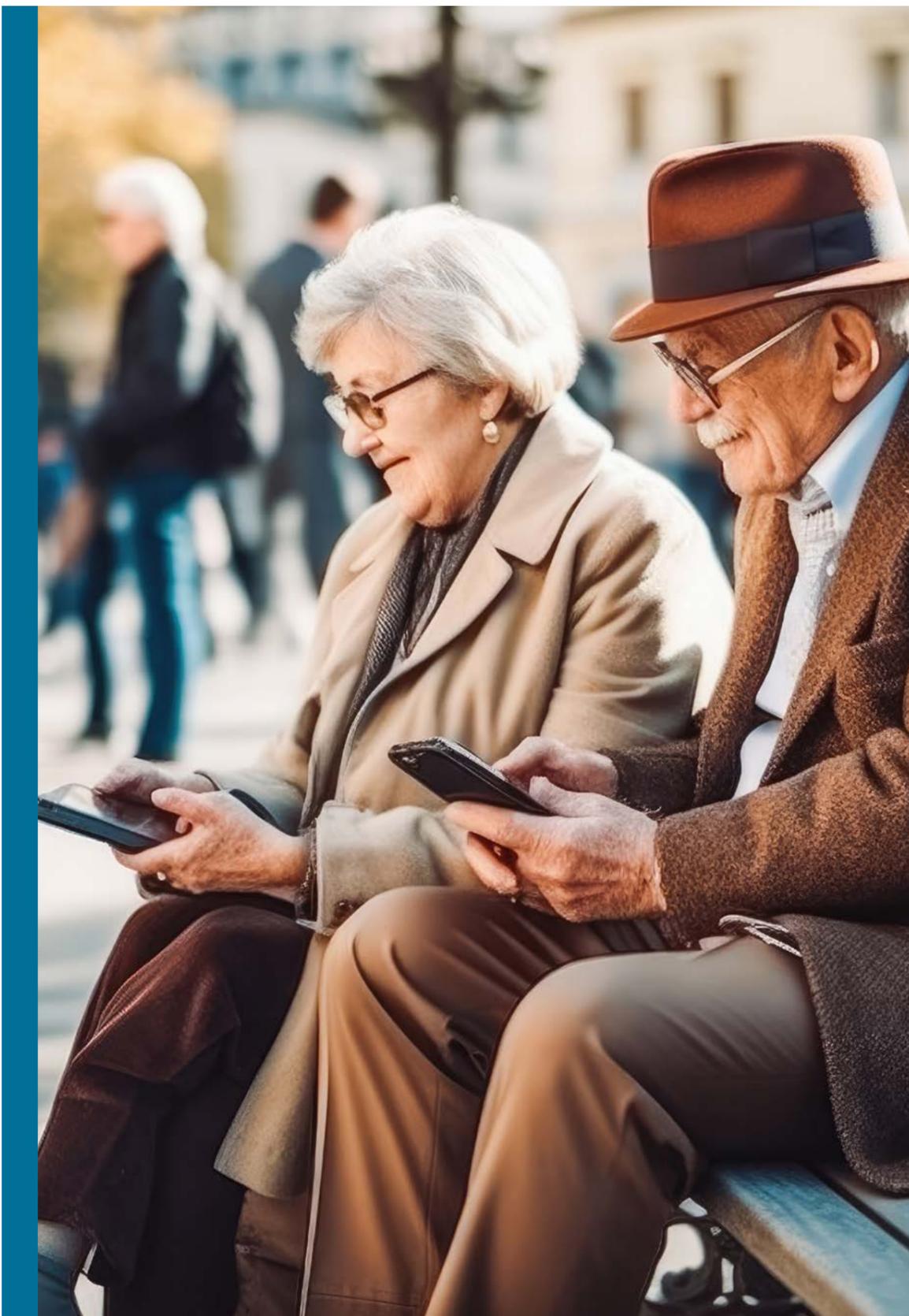
CÁTEDRA DE BRECHA DIGITAL GENERACIONAL

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

brechadigitalgeneracional.com

Referencias y enlaces:

- Conferencias en: <https://brechadigitalgeneracional.com/actividades/>



Historias compartidas: acción de visibilización y sensibilización

Ibáñez-Hernández, Ana-Isabel
Papi-Gálvez, Natalia

En la era de la información y la comunicación, la brecha digital se ha convertido en uno de los desafíos sociales más apremiantes a abordar, si lo que se pretende es evitar la exclusión de los adultos mayores en las tareas más cotidianas. Estudios previos realizados en el ámbito regional constatan en los últimos años, la necesidad de una mayor sensibilización de la sociedad y una concienciación para comprender la realidad a la que se enfrenta una cada vez mayor parte de la población en nuestros días. La difusión de entrevistas personales, a través del formato audiovisual se propone como una respuesta universal y efectiva para visibilizar el problema y sensibilizar a las distintas generaciones.

La brecha digital generacional se ha convertido en un desafío social que no cesa de evolucionar y afecta a personas de diferentes edades y orígenes de manera desigual. En este contexto, **el acceso a la tecnología y la alfabetización digital son cruciales para garantizar una participación activa de la ciudadanía en la sociedad contemporánea.** La lucha contra la brecha digital generacional es una tarea compleja pero fundamental en la sociedad actual, especialmente entre las personas mayores que presentan una mayor vulnerabilidad.

Sin embargo, según se desprende de los resultados de los últimos estudios realizados por la Cátedra de Brecha Digital Generacional, esta brecha no es homogénea, sino que afecta a personas de manera desigual, dependiendo de múltiples factores: edad, lugar de residencia, nivel económico, formación, género, estructura familiar, entre otros.

La brecha digital no es solo un problema de acceso a la tecnología, sino también de competencia digital, de falta de empoderamiento de las personas que la sufren y de adaptación de la tecnología, en definitiva, a la población. Se trata de un problema social que va ensanchándose y al que, con mucha probabilidad, debido al vertiginoso avance de la digitalización de todos los procesos orientados a la población usuaria y al progresivo envejecimiento de la población, nos tendremos que enfrentar un mayor número de personas en las próximas décadas.

Sección Informe	Transferencia y comunicación	
Propósito	Preparar contenidos, divulgar y compartir la labor realizada por la Cátedra de la brecha digital generacional.	
Tipo de acción/es	Campaña audiovisual por redes sociales.	
Procedimiento/s	Realización de vídeos online tipo conversatorio: entrevista periodística y conocimiento técnico de expertos/as.	
Planificación/Diseño	Temas	Vídeos relacionados con la brecha digital generacional.
	Público	Sociedad en general.
	Formato	Vídeos largos y cortos para redes sociales y web.
	Realización	12, 13 y 14 de julio (grabación) y hasta noviembre (edición y postproducción).
	Recurso diferido	Accesibilidad.
Créditos	Autores/as de este apartado	Ibáñez-Hernández, Ana-Isabel (coordinación, entrevistas y análisis) y Papí-Gálvez, Natalia (dirección y análisis)
	Agradecimientos	A Martínez-Sala, Alba (contacto con los participantes y espacios); García-Espinosa, Silvia (gestión de medios propios y gráficas para RRSS) y López-Ramón, Jesús A. (vídeo presentación). Participantes de los vídeos y entidades que lo hicieron posible (en vídeos).
	+Recursos	Servicio audiovisual de grabación y edición. Servicio de accesibilidad. Gestión administrativa (Francisco Ramón Juan Jover). Servicio de lenguas Universidad de Alicante.
	Financiación	Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).
	Resultado/Impacto	Resultados Generación de mayor impacto

TABLA 6. Ficha técnica de la acción VÍDEOS

Propuesta

La Cátedra de Brecha Digital Generacional, bajo el mecenazgo de la Conselleria de Innovación Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat Valenciana, diseñó una campaña de visibilización y sensibilización con el fin de llegar a la sociedad a través de la divulgación de una serie de vídeos. El objetivo redunda en la escucha de los implicados en la lucha contra la brecha digital, esta vez, proporcionando otro canal de comunicación a los agentes sociales de la Comunidad Valenciana con experiencia en programas orientados a adultos mayores.

Desde un primer momento se consideró necesario entender el contexto regional y abordar esta problemática desde una perspectiva multidisciplinar, para poner sobre la mesa las cuestiones más relevantes y ofrecer un fiel reflejo de la pluralidad y diversidad que esta realidad presentaba en el ámbito territorial autonómico.

Para ello, se seleccionaron perfiles variados a los que entrevistar con el fin de conocer la perspectiva de personas formadoras, trabajadoras sociales, voluntarias y usuarias para visibilizar las diferentes circunstancias de quienes trabajan día a día contra la brecha digital. A la hora de escoger los colectivos se tuvo en cuenta su representatividad y cobertura autonómica de las organizaciones entrevistadas, así como se pusieron todos los medios posibles para garantizar la paridad de géneros y estratos sociales.

Se optó por indagar en las situaciones más complejas a las que los adultos mayores se enfrentan cada día en su acceso al mundo digital, las soluciones que tienen a su disposición y dónde buscarlas; sus miedos y sus motivaciones; sus preferencias y sus limitaciones. Indagar en las diferencias. Es decir, se quiso huir de respuestas estandarizadas, con el propósito de empatizar con las personas usuarias, individualizar la atención y lograr, así, la visibilización de la diversidad de los problemas relacionados, observando la eficacia de las acciones realizadas y la eficiencia en los recursos invertidos.

Al plantear al contenido de estas entrevistas, se establecieron cinco ejes temáticos claves a través de los cuales se pudiera explicar esta problemática:

- 1** Innovación: Explorar las tendencias actuales en el mundo digital y valorar cómo estas podían impactar en la vida de los adultos mayores. Analizar cómo esa constante evolución era percibida. Observar sus reacciones para entender si se consideraba un beneficio o una amenaza a su realidad cotidiana y descubrir cómo esto afectaba a su autonomía, salud física y emocional.
- 2** Intervención social: Conocer las experiencias de asociaciones y trabajadores sociales, así como las estrategias y proyectos que actualmente están en marcha en la Comunidad Valenciana, para poder visibilizar el papel activo de las organizaciones en la erradicación de la brecha digital.
- 3** Necesidades digitales: Averiguar la opinión sobre las principales necesidades de las personas usuarias en el ámbito digital, así como los retos y obstáculos que plantean para ellos las redes sociales, las aplicaciones móviles, la inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes y que, a medio o largo plazo, pudieran incrementar la brecha digital.
- 4** Apoyo intergeneracional: Descubrir cómo personas de diferentes edades interactúan y forman grupos de apoyo para romper las barreras digitales a las que se enfrentan diariamente los mayores. Conocer la opinión sobre los cambios que la persona usuaria experimenta en su vida cotidiana al iniciarse en el mundo tecnológico y los principales desafíos que debe superar.
- 5** Alfabetización digital: Conversar con personas con experiencia en formación, en el marco de la alfabetización digital, para conocer el grado de presencia o importancia de las competencias digitales básicas, especialmente para las generaciones de adultos mayores como una forma de mejorar su autonomía y participación en nuestra sociedad. Todo ello con la finalidad de extraer las mejores prácticas.

La entrevista

La entrevista es un método de investigación cualitativo muy empleado en Ciencias Sociales si lo que se persigue es observar, comprender, describir o evaluar fenómenos sociales (Díaz y Ortiz, 2005). Gracias a esta técnica se pueden confrontar ideas preconcebidas y generar conocimiento en torno a un tema concreto.

Asimismo, podría definirse como una conversación verbal entre dos o más seres, cuya finalidad es entablar una conversación para un propósito expreso. Entendida así, como un diálogo entre entrevistador y entrevistado, “la entrevista tiene un enorme potencial para permitirnos acceder a la parte mental de las personas, pero también a su parte vital a través de la cual descubrimos su cotidianidad y las relaciones sociales que mantienen” (López-Estrada y Deslauriers, 2011).

De entre todas las formas posibles de entrevista, en este trabajo se optó por la entrevista semiestructurada, pero con destacado carácter divulgativo, ya que permitía una mayor escucha activa, que se agudizó dándole un enfoque periodístico. Es decir, se partió de un proceso documental para determinar de antemano la información más relevante, de acuerdo con los objetivos fijados estratégicamente en la campaña, para plantear las líneas que marcarían la conversación.

Dar voz a los protagonistas

Se preparó una serie de preguntas abiertas, que daban la oportunidad de extraer un mayor número de matices en las respuestas, permitiendo entrelazar temas a través del debate. Esto además permitiría enriquecer el relato, contrastando las opiniones de los entrevistados e incorporando al guion las inquietudes de los protagonistas. Para dar una mayor relevancia al resultado, se obvió completamente la figura del entrevistador, lo que permitió poner el foco únicamente en las palabras de los entrevistados, dándoles voz e implicándoles en la búsqueda de soluciones.

De este modo, a lo largo de una serie de entrevistas y conversaciones con expertos y usuarios, se exploraron las diversas dimensiones de este problema y las

estrategias para combatir la brecha en un entorno tan cambiante como impredecible.

El registro audiovisual de estas conversaciones y diálogos entre los perfiles seleccionados constituyó otra pieza clave de esta estrategia. A través de un enfoque divulgativo, y en un contexto científico y social, resultaba más fácil comprender esta problemática y presentar soluciones innovadoras.

El poder del audiovisual

La elección del formato audiovisual, como eje conductor de la difusión esta campaña de sensibilización tampoco fue casual. Los últimos estudios sobre consumo de contenidos y tendencias de recepción, como los realizados por Kantar (2023) e IAB Spain (2023) apuntan al crecimiento que este medio está teniendo en la actualidad y su increíble proyección futura gracias al éxito de este tipo de contenidos a través de las redes sociales e internet. A este respecto, por ejemplo, Francescutti (2019) recoge las intervenciones de autores internacionales en el simposio “Impacto social de los medios audiovisuales” para subrayar la función vital del audiovisual en la promoción del cambio social y reafirmar su importancia como una poderosa herramienta para la comunicación y generación de impacto social y el medio idóneo para conectar con comunidades y audiencias locales.

Por lo tanto, **en un mundo cada vez más tecnológico, el formato audiovisual podría alzarse como un potente instrumento para concienciar y sensibilizar sobre la brecha digital entre los mayores**, animándoles a conectarse con un formato más ameno, accesible, comprensible y atractivo que otros medios para poder llegar a este perfil de la audiencia.

Por otra parte, el formato audiovisual tenía la capacidad de alcanzar a una audiencia más extensa y sensibilizar a un público más joven. Así se pensó que podía ser una solución altamente efectiva para alcanzar a públicos de diferentes generaciones y sensibilizar al conjunto de la población sobre la lucha contra brecha que sufren las personas mayores en su acceso a la tecnología.

La combinación de entrevistas y conversaciones pretendía favorecer que los mensajes llegaran a una

audiencia amplia y diversa, apelando a la conciencia social y fomentando la acción para cerrar esta brecha digital que cala especialmente entre los mayores, pero que pueden llegar a sufrir personas de todas las edades.

Así pues, atendiendo a las fuentes anteriormente citadas, la elección la entrevista se presentaba como la técnica más idónea, reforzada por la eficacia comunicativa del medio audiovisual. Esta combinación permitía ofrecer al espectador:

- **Un canal cercano.** Se trata de un formato popular al que están familiarizados gracias a la televisión y de un medio tradicionalmente vinculado al entretenimiento y el ocio. Desde el principio, esta cercanía se apuntó como una ventaja para llegar a las personas mayores, animándolas a la adquisición de las competencias digitales y fomentando su participación activa en esta sociedad digitalizada.
- **Un lenguaje sencillo.** El lenguaje audiovisual resulta más fácil de entender que los textos escritos o mensajes sonoros. Permite presentar la información de una manera más atractiva, plástica y sensorial lo que, sumado a su capacidad de entretener, facilita una interiorización más rápida y eficaz de su significado.
- **Contenidos accesibles.** Son contenidos fáciles de digerir, lo que permite superar las primeras barreras de acceso a estos contenidos, las intelectuales, pero también compensar algunas de las disfunciones sensoriales asociadas a la edad. La tecnología actual permite producir contenidos audiovisuales totalmente accesibles para adultos mayores y, por ello, además de la inclusión de subtítulos se ha incorporado la traducción al lenguaje de signos.
- **Un discurso emocional.** El discurso audiovisual puede ser emocional y conmovedor, capaz de generar empatía, y humanizar la interacción entre personas y tecnología. Consideramos que esto favorece a la interiorización del mensaje y ayuda a comprender mejor cómo la brecha digital afecta significativamente a la vida de las personas mayores.
- **Un formato inspirador.** Esta serie de vídeos pretende también actuar como una herramienta didáctica e inspiradora al servicio del usuario. Ofreciendo consejos, experiencias y soluciones concretas se pretende abordar el desafío que supone la brecha digital, brindando tanto mensajes de sensibilización, como recursos e ideas para iniciar el proceso.
- **Testimonios y ejemplos de superación.** La po-

sibilidad de conocer casos reales permite mostrar testimonios con los que el público puede identificarse y verse reflejado. Así, se pueden mostrar ejemplos estimulantes de personas que se sienten empoderadas tras haberse iniciado en el mundo de la digitalización.

La planificación de las entrevistas y confirmación de los protagonistas se llevó a cabo durante los meses de marzo a junio de 2023. Finalmente, las grabaciones se realizaron los días 12, 13 y 14 de julio, respectivamente en las tres capitales de provincia de la Comunidad Valenciana. La Facultad de Bellas Artes de Universidad Politécnica de Valencia (UPV), el edificio Germán Bernácer de la Universidad de Alicante y el Espacio Espaitec del Parque Tecnológico de la Universidad Jaume I de Castellón fueron los escenarios donde se grabó esta serie de entrevistas. En ellas participaron representantes, personas usuarias y voluntarios de distintas asociaciones, entidades y expertos comprometidos en cerrar esta brecha con relación a los adultos mayores.

Durante estas tres jornadas se registraron horas y horas de material grabado que, posteriormente, habría que reducir a 8 vídeos de entre 8 y 10 minutos de duración, con montajes dinámicos y cercanos, así como otras tantas versiones cortas, de aproximadamente 1 minuto, que servirán como avance y se podrán difundir y compartir con mayor facilidad en redes sociales.

Producción y edición

Se pretendía obtener una serie de productos comunicativos que fueran fáciles de asimilar gracias a la incorporación de estímulos visuales y sonoros. Estos productos comunicativos debían reflejar de manera precisa el momento actual en el que se encontraba la brecha digital en la Comunidad Valenciana.

Una vez decidido que los vídeos y los medios sociales serían las herramientas más adecuadas para presentar la brecha digital generacional, enfocada en la población adulta mayor, en su esfuerzo por mantenerse actualizadas en el mundo tecnológico, el siguiente reto era transmitir esta información de manera impactante y efectiva.

Para ello se eligió una estética minimalista, centra-



da en la simplicidad, la claridad y la efectividad visual, lo que permitió que los videos transmitieran su mensaje de manera directa, sin elementos innecesarios que pudieran despistar a la audiencia. Se optó por un diseño limpio y ordenado, acorde a la imagen visual de la Cátedra, que pusiera el foco en la persona entrevistada y en sus palabras, con la finalidad de reforzar el impacto del mensaje y centrar la atención en el debate y en la conversación compartida. Todo ello con una adecuada disposición de elementos visuales, un enfoque limpio y ordenado, evitando efectos visuales llamativos o gráficos complejos que confundieran al espectador. En su lugar, se utilizó una disposición simple, plana y eficiente que facilitara la comprensión de la información presentada. Los bloques de contenido se dividieron a través de la música y los efectos sonoros, que se emplearon de manera sutil y estratégica para separar los bloques narrativos respetando en todo momento las señas de identidad institucional de la Cátedra y las entidades implicadas en la financiación.

La propuesta de los temas de debate, giró en torno a una batería de preguntas extraídas previamente de los informes y resultados de estudios de la Cátedra de años anteriores, con el fin de inducir al diálogo entre las partes y obtener las respuestas más significativas.

Para las grabaciones, se puso especial cuidado en la selección de escenarios modernos, sencillos y visuales, con la idea de mantener un enfoque claro y cercano en cada vídeo, con primeros planos nítidos, sin distracciones visuales innecesarias. A partir de

ellas se realizó el montaje de los videos, siguiendo un minucioso proceso de edición y postproducción. De todo este trabajo se encargó la productora Multimedia Chefs que, junto al equipo de la Cátedra, velaron por que se cumpliera el programa, durante todo el proceso.

El último paso de esta estrategia consistía en lograr la máxima difusión de estos videos, para lo que se optó por un enfoque de comunicación transmedia y omnicanal, con diferentes mensajes según el medio de difusión. Los videos se debían compartir en diversos canales académicos, pero también en medios digitales, como la web, redes sociales y, especialmente, en YouTube, donde se podrían organizar para una visualización a demanda. Gracias a la difusión a través de las redes sociales, estos videos albergan el potencial de llegar a audiencias más diversas y universales, lo que aspiraba a amplificar el alcance e impacto de la sensibilización.

Se estableció como requisito previo que la duración de los videos no superara los diez minutos, en un formato de píldora audiovisual, con el propósito de mantener la atención y brindar una experiencia de aprendizaje completa y significativa. Después se procedió a realizar una versión más corta de cada vídeo, intentando que rondaran la duración de un minuto, con el fin de favorecer que los usuarios pudieran compartir más fácilmente los contenidos, a través de las redes sociales de la Cátedra y de las plataformas digitales de las entidades colaboradoras.

El resultado es una serie de contenido testimonial,

que se espera que permita visibilizar la problemática de la brecha digital en la Comunidad que afecta significativamente a un colectivo muy concreto, el de los adultos mayores y abrir un camino para acabar con ella.

Las entrevistas realizadas exploraron el carácter multidimensional de la brecha digital, abordando sus características, desafíos y estrategias para poder superarla. Ahondar en las costuras de esta brecha desde distintas perspectivas propiciaba una reflexión necesaria sobre el problema, con la vista puesta en garantizar que en un futuro próximo todas las generaciones pudieran disfrutar de los beneficios de la tecnología y participar plenamente en una sociedad digital. La implicación y los esfuerzos de las entidades colaboradoras representaron un paso significativo en la dirección correcta para alcanzar este importante objetivo.

Los videos grabados tratan todos los temas debatidos en las jornadas: desde la falta de habilidades digitales o de confianza en las tecnologías, hasta las necesarias adaptaciones de las aplicaciones. A través de los mismos, se difunden los debates de las mesas. En ellos queda patente cómo para superar las primeras dificultades, se están implementando varias acciones, entre las que ya se han destacado los programas de capacitación y asistencia personalizada; pero también otros de apoyo en centros comunitarios o asociaciones, entre otros organismos públicos y privados. En esta línea, los testimonios destacan el voluntariado, quienes anónimamente juegan un papel crucial al ofrecer apoyo práctico y

emocional a las personas mayores en su proceso de aprendizaje tecnológico, llevando la acción de las asociaciones allá donde los recursos públicos no parecen ser suficientes.

Los temas giraron en torno a los siguientes ocho apartados:

RESULTADOS: LAS PÍLDORAS AUDIOVISUALES

12 DE JULIO- VALENCIA

1. LA BRECHA A DEBATE. En este coloquio, participaron Francisca Fernández y Alexis Ruiz y, ambos usuarios de La Nau Gran, programa de educación superior para mayores de la Universidad de Valencia, con el fin de contrastar opiniones sobre cómo entender la brecha digital desde el ángulo de quien la padece.

Desde su perspectiva como usuarios de la Nau Gran, discutieron acerca del concepto de brecha digital y charlaron sobre la rapidez a la que evoluciona el mundo tecnológico y la importancia de las adquirir habilidades digitales para no quedarse atrás.

Ambos abordaron el uso que cada uno hace de la tecnología y de los beneficios que su integración ha aportado a su vida diaria, así como los obstáculos que han tenido que superar. También observaron las diferencias de género en el acceso a las competencias digitales, así como las necesidades formativas y de apoyo institucional para enfrentarse a esta brecha en igualdad de condiciones.

2. COMUNICARSE A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA. Este diálogo contó con Josefina Cortijo, secretaria de la Federación de Asociaciones de Ciudadanos Mayores de la Comunidad Valenciana y Miguel Salvador, presidente de la Plataforma del Voluntariado de la Comunidad Valenciana. Ambos conversaron sobre si la existencia o no internet en los hogares suponía una primera brecha de acceso y cómo varía el uso de dispositivos a medida que las personas envejecen, pero también en función del territorio en el que residan. Conversaron sobre las necesidades formativas y el proceso de iniciación digital de los adultos mayores, así como de un apoyo continuado de los voluntarios que les acompañan en ese primer contacto con los dispositivos digitales. También hablaron sobre cómo ese salto hacia lo digital, especialmente a través del móvil, les ayuda a vencer la soledad no deseada y mantener contacto social. Un interés comunicacional que empieza normalmente por querer aprender a hacer videollamadas para contactar con sus seres queridos, o que pudiera suponer un beneficio para su salud por permitirles formar parte de otros contextos sociales a través de gestos cotidianos como dar los buenos días a través de un grupo de WhatsApp.

3. ADULTOS MAYORES Y TECNOLOGÍA. En la mesa de debate dedicada a este tema, Lola Bosch, trabajadora social en Lares Comunidad Valenciana, compartió su día a día con los usuarios de esta organización dedicada a la atención de personas mayores y personas con discapacidad. Por su parte, Antonio López, aportó su perspectiva como voluntario y usuario de los programas de alfabetización digital de la Plataforma del Voluntariat de la Comunitat Valenciana y Leopoldo Oltra, de la Federación de Organizaciones de Mayores de la Comunidad Valenciana, incidió en la necesidad de establecer medidas económicas y formativas para reducir la brecha y mejorar la competencia digital entre los más mayores. Profundizaron en los motivos que se esconden tras la falta de alfabetización digital entre las personas mayores y alertaron de la urgencia de medidas ya que las tecnologías del futuro, tales como la IA, son una realidad. Como colofón, una idea con fuerza: a mayor formación, menor brecha.

13 DE JULIO - ALICANTE

4. MÁS ALLÁ DE LA BRECHA EMOCIONAL. En este encuentro, Raquel Rives, psicóloga y técnica de proyectos de intervención comunitaria en Fundación Pilares, intervino contando su experiencia con la brecha emocional a la que se enfrentan las personas mayores al iniciarse en la tecnología, y José Pérez Domene responsable de formación de Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (SECOT) Alicante, aportó su conocimiento sobre cómo abordar la brecha digital en los colectivos de mayor edad y fomentar la participación tecnológica, desde el ejemplo y la confianza entre personas de la misma edad. Analizaron la dimensión emocional que deriva de la brecha digital, reflejada en problemas de autoestima u otros más graves de salud, que pueden frenar los primeros intentos de acceso de los mayores a la tecnología. También abordaron cómo superar el miedo al engaño y propusieron unos servicios telemáticos más accesibles y amigables para este segmento de población. Desmontaron el edadismo y apostaron por la resiliencia de estas generaciones que han superado enormes dificultades, para hacerles entender que la digitalización es solo un reto más en su horizonte vital.

5. LA FUERZA INTERGENERACIONAL. En esta mesa de debate, Alba Pérez-Adsuar delegada de la Fundación DASYC, que trabaja en la promoción de un envejecimiento activo y Miguel Ángel Estradera, delegado de la Asociación de Voluntarios de Informática Mayores Comunidad Valenciana (AVIM-CV), abordaron la necesidad de vencer las barreras psicosociales que encuentran los mayores y que a menudo provocan cuadros de ansiedad, limitan su autonomía y acaban llevándolos al aislamiento, cuando no derivan en problemas sanitarios más graves. Para ellos, la solidaridad y el papel del voluntariado es fundamental a la hora de desmontar la brecha digital, ya que el usuario frecuentemente tiene reparos en recurrir al entorno familiar. También la Administración Pública debe asumir este reto y, por supuesto, la iniciativa privada debe apostar realmente por dar solución a este problema. La paciencia, o tener una mente abierta en la formación, son consejos prácticos para la iniciación, empezando con contenidos sencillos para, progresivamente, alcanzar mayor nivel de uso y competencia.

6. DESAFÍOS Y BRECHA DIGITAL. En este diálogo, Noemí San Roque, coordinadora del área de Mayores de la Nueva Asociación del Voluntariado, y Pedro Ruiz, trabajador social de la Federación Provincial de Pensionistas (UPD-ACC), abordaron la necesidad de adaptación y apuntaron los retos que se plantean desde las asociaciones para atender los problemas derivados de la brecha digital, alertando de algunos de sus efectos nocivos, como la exclusión social y soledad no deseada. Debatieron sobre la existencia de varias brechas dentro de la digital, que en algunos casos afectan a la salud de quienes las padecen. Situaciones especiales como la pandemia y el confinamiento puso sobre la mesa la necesidad de adaptarse a estos nuevos tiempos. Los voluntarios de asociaciones que trabajan en la formación a personas mayores se encuentran entre sus principales apoyos para avanzar en su proceso de alfabetización digital, por detrás de los familiares más próximos. Ambos apostaron por la paciencia, la empatía y la concienciación desde la infancia para entender que las personas mayores son capaces de acceder al mundo digital siempre que se respeten sus ritmos.

14 DE JULIO – CASTELLÓN

7. NECESIDADES, SOLUCIONES Y TECNOLOGÍA. Este debate lo protagonizaron Teresa Navarro, responsable Autonómica de Inclusión Social de Cruz Roja Comunidad Valenciana; Jesús Giménez Arrufat y Luis Giménez, usuario y formador respectivamente de la Asociación de Voluntarios de Informática Mayores Comunidad Valenciana (AVIM-CV). En esta ocasión se exploraron algunos de los programas de intervención que se han puesto en práctica en la Comunidad Valenciana para tratar de minimizar el impacto de la brecha. También se puso sobre la mesa el problema de exclusión social que sufren las personas mayores cuando tienen que realizar trámites por internet, especialmente su inseguridad cuando están realizando trámites económicos (bancos, compras). Por esta razón reivindicaron una mayor formación y seguridad a la hora de realizar gestiones en la sociedad digital. Destacaron la motivación y las ganas de aprender, donde la necesidad es uno de sus principales alicientes y el apoyo del voluntariado para obtener una respuesta cercana y continuada para que esta alfabetización sea efectiva.

8. BRECHAS, EMPLEABILIDAD Y SOCIEDAD DIGITAL. En este conversatorio, los participantes se centraron en buscar las aplicaciones prácticas de la tecnología y sus usos entre la población mayor. En él participaron Pepa Bellés, delegada de voluntariado de la Asociación de Voluntarios de Informática Mayores Comunidad Valenciana (AVIM-CV) en el Grau; Josep Martí Prades, usuario del CEA del Grau, junto a Álvaro Remolar, asesor de Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (SECOT), Castellón. Los tres entrevistados ofrecieron su punto de vista sobre la relación entre la tecnología y la empleabilidad de las personas mayores. Conversaron sobre los desafíos a los que se enfrenta la población mayor de 50 años en el ámbito laboral, que constantemente ha de actualizarse para estar al día de los avances tecnológicos. Contaron sus experiencias como personas mayores que participan en procesos de inclusión digital, destacando sus aspectos positivos y planteando cómo la tecnología puede convertirse en una oportunidad para potenciar la participación del individuo en la sociedad. Entre otros temas, se explicaron los distintos tipos de amenazas que vienen con la tecnología y se plantearon respuestas para afrontar la ciberdelincuencia y la desinformación. También imaginaron el futuro más inmediato y destacaron la urgencia de prepararse para el impacto de la inteligencia artificial, más allá de ponerse al día las aplicaciones como las de salud, banca o administración pública.

En consecuencia, desde sus propios proyectos, las personas participantes transmiten cómo las barreras de acceso a la digitalización pueden condicionar significativamente la vida de parte de la población adulta mayor, pues dificultan la comunicación con seres queridos, limita el acceso a servicios clave o eleva la dependencia en la realización de trámites online administrativos.

Estas entrevistas también confirman la necesidad de ofrecer un mayor y mejor acceso a internet, comparando su punto de vista desde su propia experiencia; por ejemplo, tras haber implementado actividades,

como talleres específicos, o acciones que favorecen la colaboración intergeneracional, en las que los jóvenes pueden desempeñar un papel fundamental al brindar apoyo y orientación a los adultos mayores. Desde esta óptica, las generaciones más jóvenes pueden actuar como facilitadores en la adopción de la tecnología y, como contrapartida, los jóvenes reciben consejos de vida y otros aprendizajes basados en la experiencia de su alumnado senior.

De las entrevistas realizadas también se extrae que la mayor parte de programas y servicios que más éxito han tenido en la inclusión digital de las per-

sonas mayores son aquellos que ofrecen asistencia personalizada, adaptada a las necesidades individuales, con el propósito de adaptar los programas de alfabetización digital al nivel de conocimiento de cada persona, y para la que es importante el voluntariado, pues permite que los adultos mayores puedan recibir apoyo de otras personas con más experiencia en tecnología con los recursos posibles. Sin embargo, también es generalizada la convicción de que las Administraciones Públicas no están respondiendo con la rapidez esperada y deseada a las necesidades sociales que son generadas por muchos de los procesos que la misma incentiva.

Finalmente, apoyan los resultados de las propias mesas de transferencia realizadas, en las que se destaca que la tecnología debe estar al servicio de las personas. **Es urgente velar por este principio en un contexto en el que la inteligencia artificial demuestra cada día su gran capacidad, recordándonos cómo aquella ficción que creíamos propia de un lejano futuro se materializa cada vez más en nuestro propio presente.**

CAMPAÑA:

Historias compartidas: experiencias con la brecha digital

VALENCIA

«Historias compartidas» La brecha digital a debate
Francisca y Alexis
Completo: <https://youtu.be/gORHQWTygLE>
Píldora: <https://youtu.be/FfrwfoPTALs>

«Historias compartidas» Comunicarse a través de la tecnología
Josefina y Miguel
Completo: <https://youtu.be/O8snNQE6AbA>
Píldora: <https://youtu.be/pHRpG31ybml>

«Historias compartidas» Adultos mayores y tecnología
Lola, Antonio y Leopoldo
Completo: <https://youtu.be/X0N012o891Q>
Píldora: <https://youtu.be/2XuZKTpcRoc>

ALICANTE

«Historias compartidas» Más allá de la brecha digital emocional
Raquel y José
Completo: <https://youtu.be/6cwjmwfQ48E>
Píldora: <https://youtu.be/5xnk1uP-UFY>

«Historias compartidas» La fuerza intergeneracional
Alba y Miguel Ángel
Completo: <https://youtu.be/GeM9KnS4xDY>
Píldora: <https://youtu.be/nEXeCX6i5J4>

«Historias compartidas» Desafíos y brecha digital
Noemí y Pedro
Completo: <https://youtu.be/461nk9CFdl4>
Píldora: https://youtu.be/3ul_0buwA1g

CASTELLÓN

«Historias compartidas» Necesidades, Soluciones y Tecnología
Teresa, Jesús y Luis
Completo: <https://youtu.be/HjPd5WsXuhs>
Píldora: <https://youtu.be/8HwEdRwRjLE>

«Historias compartidas» Brechas, Empleabilidad y Sociedad digital
Pepa, Josep y Álvaro
Completo: <https://youtu.be/5TVHtCCHt9Q>
Píldora: <https://youtu.be/04BAJ4cNclY>

Referencias y enlaces:

- Todos los vídeos en el canal de la Cátedra: <https://www.youtube.com/@catedrabrechadigitalgenera739>
- Díaz, G., & Ortiz, R. (2005). La entrevista cualitativa. *Universidad Mesoamericana*, 31, 2-31. <https://acortar.link/shorten>
- Francescutti, P. (2019). La narración audiovisual como documento social e histórico: enfoques teóricos y métodos analíticos. *Empiria. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 42, 137-161. DOI: <https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23255>
- IABSpain (2023). Top Tendencias digitales 2023. Recuperado de <https://iabspain.es/estudio/top-tendencias-digitales-2023/>
- Kantar (2023). Media Trends & Predictions 2023. <https://www.kantar.com/es/campaigns/media-trends-and-predictions-2023>
- López Estrada, R. E., & Deslauriers, J. P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen: revista de trabajo social y ciencias sociales*, 61, <https://acortar.link/cfSKMz>



MÁS COMUNICACIÓN

Los medios digitales: más presencia en internet

García-Espinosa, Silvia
Papi-Gálvez, Natalia
López-Ramón, Jesús A.

Las redes sociales están cambiando la forma en la que los científicos y los grupos de investigación hacen transferencia del conocimiento científico de sus investigaciones. Simplificar conceptos y transmitir la importancia de sus investigaciones de forma clara es fundamental para mejorar la alfabetización científica y que sea relevante para el conjunto de la sociedad. Asimismo, **que las instituciones académicas sean proactivas en su comunicación, sobre todo en redes sociales, ayuda a combatir y corregir malentendidos, información poco precisa o noticias falsas, que suponen todo un desafío de nuestro tiempo** por la rapidez con que se propaga dicha desinformación.

Desde la Cátedra de Brecha Digital, este año, se ha elegido preparar una estrategia de comunicación orientada a la divulgación y la transferencia de conocimiento. Se ha buscado extraer ideas relevantes y necesarias para comprender la cuestión de la brecha digital generacional y la situación en la que se encuentra en la Comunidad Valenciana. Se ha extraído información relevante, tanto cuantitativa como cualitativa, para hacer accesible la información elaborada por la Cátedra desde el año 2020, e información accesible y gratuita para todo aquel que desee profundizar en las diferentes acciones e investigaciones.

En definitiva, **se ha pretendido crear un contenido ordenado y relevante para destacar la notoriedad y relevancia del trabajo realizado por la Cátedra y por los agentes sociales implicados en la Comunidad Valenciana**; transmitir la auténtica importancia y dimensión del problema expuesto por los propios protagonistas y lidiar contra la sobreinformación, inforxicación o infopolución.

Para ello, en concreto, se planificaron diferentes tipos de comunicaciones y formatos, organizados en función de los objetivos planteados en la estrategia de comunicación. Había tres líneas de trabajo:

- 1** centrar parte de la comunicación en la convocatoria de premios de los TFG y TFM,
- 2** dar a conocer las actividades de la Cátedra y
- 3** realizar una labor de visibilización de la misión y visión de la Cátedra atendiendo a sus resultados, es decir, reforzando la transferencia de conceptos clave y fragmentos de los estudios realizados durante estos años.

Sección Informe	Más comunicación	
Propósito	Preparar contenidos, divulgar y compartir la labor realizada por la Cátedra de la brecha digital generacional.	
Tipo de acción/es	Trasferencia de resultados y refuerzo de comunicación de las acciones llevadas a cabo a través de campañas gráficas, contenidos para la página web y otros trabajos de diseño gráfico.	
Procedimiento/s	En cuanto a contenido se diseñan las gráficas, se escriben los artículos online y se preparan los informes para su publicación. En cuanto a los medios se realiza una planificación en redes sociales propias.	
Planificación/Diseño	Temas	Informes de la Cátedra, Premios TFG y TFM, Refuerzo comunicación acciones realizadas.
	Público	Sociedad en general.
	Formato	Gráficas adaptadas a tres redes sociales y artículos online.
	Realización	Febrero/marzo, junio/julio, septiembre, octubre, noviembre/diciembre.
Créditos	Autores/as de este apartado	García-Espinosa, Silvia; Papí-Gálvez, Natalia y López-Ramón, Jesús A.
	+Recursos	Al Servicio de lenguas Universidad de Alicante. Servicio externo web.
	Financiación	Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, con Convenio Cátedra de Brecha Digital Generacional UA-GVA (2023).
Resultado/Impacto	Resultados	Cuatro campañas en redes sociales
	Generación de mayor impacto	Mayor cobertura en medios digitales.

TABLA 7. Ficha técnica de la acción +COM

Foco: Premios TFG y TFM

Se propusieron diferentes acciones de comunicación planificadas de julio a septiembre. Por un lado, se programó la comunicación en redes sociales como Facebook, Instagram o LinkedIn. Aquí se informó de la existencia de los premios, el plazo de presentación y el enlace para presentar las propuestas de los estudiantes interesados.

Además, se realizaron una serie de publicaciones aportando algunas ideas para los trabajos, extraídas, principalmente, del último informe realizado en el marco de la Cátedra ya que se perseguía que los resultados fueran transferidos. En este caso fueron tres conceptos que consideramos interesantes trabajar para mejorar la brecha digital:

1. Diseñar estrategias formativas;
2. Ciberseguridad y
3. Usabilidad y diseño web.

Por último y como refuerzo, en el mes de septiembre se diseñaron una serie de gráficas a modo de recuerdo de la fecha límite de presentación: de trabajos con dos formatos diferentes: como post y *stories*.

Por otro lado, se plantearon acciones propias de relaciones públicas como la redacción de una nota de prensa para nuestra web, enviada también a la unidad de comunicación de la Universidad de Alicante -e incluida en su web-, y su envío a través del correo electrónico, con información para el estudiantado y para los medios locales.

Todo ello cristaliza en el fallo de la comisión de valoración que ha considerado otorgar el premio «Mejor Trabajo Fin de Grado».

Foco: Actividades 2023

En este punto se crearon una serie de publicaciones que, por un lado, anunciaran las fechas de actividades programadas y, por otro, transmitieran y comunicaran las actividades realizadas.

A este respecto, este año se han desarrollado varias actividades de especial relevancia:

- La primera fue el III Webinar con el título «De los datos al conocimiento. Indicadores, diálogos y propuestas» el 10 de marzo.

- La segunda, también en marzo, fue la publicación de la tercera edición del informe de investigación de la Cátedra con el título, «La brecha digital generacional en la Comunidad Valenciana: principales indicadores y discursos» (Papí-Gálvez y La Parra-Casado, 2023). Las conclusiones de este informe se han visto reforzadas con una estrategia de transferencia a través de publicaciones en redes sociales —como ya hemos comentado con las ideas para TFG y TFM—, con ideas clave, con la extracción de fragmentos relevantes y con artículos más breves y sencillos que facilitaban la comprensión de los conceptos trabajados en el informe.

- La tercera actividad ha sido el desarrollo de «Las jornadas de transferencia» en Valencia, Alicante y Castellón en el mes de julio. Aquí se ha puesto en valor el trabajo desarrollado por los agentes sociales en el tema de la brecha digital generacional en la Comunidad Valenciana. En las mesas de trabajo se recogió *el sentir* de lo que ocurre en el día a día de los voluntarios y profesionales que trabajan para mejorar las brechas existentes y se instó en hacer consideraciones para conocer cómo abordar con soluciones efectivas para todos, tales problemas sociales derivados de la tecnología. Este trabajo, se materializó una serie de publicaciones en redes sociales en diferentes formatos. Por un lado, la publicación de las jornadas, ya realizadas, con las fotos y el programa, y por otro, una serie de vídeos corporativos a modo de resumen que se publicaron en julio en el canal de YouTube. Asimismo, de estas mesas nace la campaña de sensibilización sobre la brecha digital generacional con diferentes píldoras en vídeo de entre 8 y 10 minutos de duración donde se extraen los testimonios reales sobre varios temas que encierra la brecha digital. De dichos vídeos se extraen frases destacadas, en formato de gráfica para redes sociales y, así, ayudar al recuerdo de lo expuesto en las entrevistas.

- Por último, la cuarta actividad que precisaba difusión fue el IV Webinar, con el título «En torno a la alfabetización mediática en comunicación digital» el 10 de noviembre. La comunicación de este webi-

nar se planifica durante el mes de octubre y noviembre. Se comienza con la publicación de la fecha y el programa en la web con el link de inscripción. Seguidamente se publica en redes sociales con la fecha y el programa completo. Se completa con la publicación de una mini biografía de los ponentes para acercar el perfil del investigador y suscitar el interés sobre la propuesta. Todo ello se acompaña de una nota de prensa que se emite, al mismo tiempo, desde el departamento de comunicación de la Universidad de Alicante, la propia Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo y nuestra propia web. El contenido de este evento, además de estar disponible y en abierto en el canal de YouTube, recogerá, en forma de artículos de divulgación, un resumen con las ideas principales de las ponencias que serán de consulta abierta en la web de la Cátedra y comunicada a través de redes sociales.

Enlaces RRSS:

Facebook: [@cbdgeneracionalUA/](#)
 Instagram: [@brecha_digital_generacional/](#)
 LinkedIn: <https://acortar.link/E8VtRE>
 YouTube: [@catedrabrechadigitalgenera739/videos](#)

Foco: misión y visión de la Cátedra

Como hemos explicado al inicio de este documento, **la transferencia de conocimiento y el acercamiento a la población es fundamental para contribuir en la alfabetización científica.** El trabajo desarrollado en la Cátedra se orienta en esta dirección. Se han creado patrones de publicaciones para que, a un golpe vista, se aprecie qué contiene cada una de ellas. Todas las publicaciones explicadas en los puntos anteriores contribuyen a que el propósito de la Cátedra y los resultados de sus actividades se vean reforzados tanto en su contenido como en la forma adquirida, eso es, bien sea por una coherencia de imagen, bien por la relación en los contenidos, o bien por transmitir el trabajo que desarrolla la Cátedra. Como apoyo, en este último punto, se crearon publicaciones de frases destacadas que permitirán a los usuarios entender a qué se dedica la Cátedra y sobre qué temas versan sus esfuerzos de investigación. También fueron seleccionados resultados de los informes, sobre todo del último publicado, de la edición 2022, y se realizaron artículos ad hoc divulgativos basándose en los estudios previos.



EN BREVE...

Diez recomendaciones para luchar contra la brecha digital generacional

La Cátedra de Brecha Digital Generacional lleva a cabo actividades encaminadas a ampliar los conocimientos sobre las causas, consecuencias y soluciones de la brecha digital entre los distintos grupos de edad.

Durante el año 2023, se propuso reforzar las actividades de transferencia tras el trabajo realizado durante los últimos tres años orientado a obtener un diagnóstico de la situación en la Comunidad Valenciana. Este diagnóstico se basa en tres estudios que profundizan en las brechas digitales en función de la edad desde una aproximación tanto cuantitativa como cualitativa.

Una de las vías para lograr nuestro propósito fue la elaboración de una herramienta de evaluación de competencias mediáticas y digitales, a modo de instrumento de medición, orientada a adultos mayores. El objetivo era conocer la preparación de este colectivo en un conjunto de competencias previamente seleccionadas por su relevancia, según estudios realizados. De los resultados de esta actividad de investigación y transferencia se extrae información de carácter metodológico, pero también evidencias de la preparación del grupo sobre el que se realizó la prueba.

Otra actividad investigadora y de transferencia propuesta fue la convocatoria de los premios al mejor trabajo de fin de grado y al mejor trabajo de fin de máster. Dicha convocatoria se publicó en marzo, con el propósito de incentivar la investigación temprana y despertar el interés de las nuevas generaciones, es decir, tanto de futuros profesionales como de investigadores. Se trataba de poner el foco en temas relacionados con la brecha digital generacional e ir generando un banco de estudios académicos que pudieran aportar a la comprensión de este complejo fenómeno desde diferentes perspectivas.

También este año, la Cátedra organizó sus primeras jornadas o sesiones de transferencia. Se trata de una iniciativa destinada a fomentar la transmisión de conocimiento para facilitar su impacto y reforzar sus relaciones con la sociedad. De estas reuniones, emergen cuatro grupos de acciones posibles, que se unen con las derivadas de los resultados de la primera acción. Los principales temas tratados en estas mesas quedan recogidos también en la serie audiovisual.

Además, se organizaron dos seminarios en los que participaron ponentes excepcionales. Las personas invitadas expusieron temas de gran interés relacionados con la brecha digital generacional invitándonos a reflexionar y a seguir profundizando en los distintos factores involucrados en la brecha, compartiendo su conocimiento y experiencia desde diferentes ópticas. Las conferencias se grabaron y se pusieron a disposición de la sociedad en la página web de la Cátedra, por lo que recomendamos su visionado. Estas intervenciones también verificaron y matizaron las recomendaciones que se desprenden de las otras actividades llevadas a cabo.

Las acciones realizadas durante 2023 se unen a las de los otros años para ofrecernos una panorámica sobre la situación de la brecha digital generacional en la Comunidad Valenciana, centrada sobre todo en el grupo de adultos mayores, pero también recomendaciones que pueden orientar futuras actuaciones.

En breve, los resultados de todas las actividades anteriores se unen a las conclusiones de otros estudios para perfilar líneas prioritarias de actuación basadas en evidencias. Estas se pueden resumir en los siguientes diez puntos, a modo de recomendaciones:

1 Comprender que, si bien **el proceso de digitalización puede provocar brechas digitales** de acceso, uso o utilidad entre los diferentes grupos sociales de cualquier edad, están claramente presentes en los adultos mayores. Estas brechas conducen a la exclusión social, falta de autonomía y pueden afectar a sus derechos. Para tratar de mitigar estos efectos, en el centro de este proceso debe estar la persona.

2 Entender que **la digitalización y la innovación tecnológica producen efectos distintos en los grupos sociales**, por lo que no afectan por igual a todas las personas, incluso dentro de un mismo colectivo o grupo de edad. Existen desigualdades estructurales por otros rasgos demográficos, socioeconómicos, contextos sociales, culturales o normativos, que también ayudarían a entender cómo se producen las brechas digitales. La casuística es diversa, por lo que se debe partir de la identificación de las necesidades, intereses o situaciones concretas de la población, para poder orientar las acciones a grupos determinados.

3 **Eliminar la brecha digital de primer nivel en cualquiera de sus formas.** Se debe apostar por el acceso universal de calidad, dentro y fuera de los hogares. También debe garantizarse una vía alternativa al canal online, como es la presencial o telefónica, en la que se facilite la comunicación con otra persona.

4 **Realizar un plan de acciones de alfabetización digital y mediática eficaz** con el propósito de eliminar la brecha digital de segundo nivel. Tales acciones precisan planificación, alcance, continuidad y, por ello, coordinación entre las diferentes instituciones públicas y entre estas y el tejido asociativo. Si se aspira a la eficacia, toda propuesta debe basarse en el conocimiento existente sobre competencias digitales y mediáticas, en evidencias proporcionadas por la investigación que faciliten la identificación de las necesidades de los diferentes colectivos y, como aspecto principal, deben destinarse recursos tanto para su ejecución como para su evaluación. Los resultados de los diferentes estudios de la Cátedra, junto con otros que conformarían su principal marco de referencia, apuntan a que estas acciones son completamente necesarias, tanto para los adultos mayores, como para otros colectivos.

5 **Prestar especial atención al diseño de las acciones de alfabetización,** con el propósito de que sean útiles y significativas para las personas destinatarias. Como consideración específica dentro del plan mencionado en el anterior punto, las acciones propuestas deben estar cuidadosamente diseñadas para dar respuesta a cada colectivo. A este respecto, además de los contenidos, las experiencias previas recogidas en los informes de la Cátedra ofrecen claves que pueden ayudar en este empeño. Estas giran en torno a: el tipo de intervención (ej. cursos, programas de acompañamiento), la modalidad (ej. presencial, online), el equipamiento (ordenadores, móviles, tabletas, conexión), la persona formadora, las acciones de seguimiento y las oportunidades para mantener la comunicación o las relaciones establecidas tras la acción realizada. En este punto, también parece fundamental considerar que estas actividades pueden tener un beneficio más allá de conseguir los objetivos concretos que le otorgan sentido. Por ello, es importante tener en cuenta su componente social, para proponer iniciativas que atiendan las necesidades más urgentes que hayan sido detectadas, pero también para poder dar respuesta a la necesidad de socialización y comunicación. Desde este enfoque, el componente afectivo (ej. la motivación y la confianza) debería estar presente, en cualquiera de los casos.

6 En cuanto a las competencias a desarrollar, las relacionadas con la **evaluación crítica de la información y la seguridad son urgentes.** En materia de alfabetización digital y mediática, el desarrollo de las competencias que permitan la valoración crítica de la información que se comparte por internet, y todas aquellas relacionadas con la seguridad y protección de los datos, necesitan mayor atención, según las evidencias de los estudios de la Cátedra y por las implicaciones o riesgos de la falta de conocimiento en estos temas. Se debe dotar de instrumentos a la sociedad en general, y a los adultos mayores en particular, para que puedan hacer uso de las nuevas tecnologías desde el conocimiento, no solo desarrollar sus habilidades. De esta forma se podrá disminuir el riesgo a ser engañado o estafado. Además, todo apunta a que, también, es una vía para aumentar, a su vez, la confianza.

7 La tecnología debe estar al servicio de las personas. La otra gran línea de intervención radica justamente en los procesos de digitalización y en la propuesta de

aplicaciones. Para ello, de nuevo, se debe poner el foco en las personas o usuario final. Así, **todo desarrollo destinado a la población en general debería estar validado por las personas usuarias** y, en especial, deberían incluirse siempre colectivos que tienen potencialmente más dificultades. Los sistemas basados en procesos automatizados deben ser fiables y garantizar, asimismo, la libertad de elección, aplicando principios éticos.

8 Proponer **innovaciones, desarrollos y diseños que faciliten el uso de las tecnologías por parte de los colectivos en situaciones de mayor vulnerabilidad o con mayores dificultades.** Los diseños de las aplicaciones y páginas web deben ser sencillos e inclusivos. Los contenidos deben también orientarse a todos los grupos sociales. Además, debería hacerse un esfuerzo por buscar posibles implementaciones que faciliten la eliminación de las brechas digitales en tecnologías ya existentes o en sistemas futuros (por ejemplo, posibilidades de la inteligencia artificial).

9 Con el propósito de luchar contra las brechas de segundo y tercer nivel, en particular, se debe **poner el foco en todos los trámites online** y, sobre todo, en aquellos derivados del proceso de digitalización de la administración pública. La administración debe con urgencia revisar todos sus “productos” teniendo en cuenta, especialmente, a aquellos colectivos en situación de desventaja. La acción debe ser coordinada. En esta línea, también pueden establecer requerimientos en sus licitaciones o en cualquier desarrollo para eliminar la brecha digital.

10 Deben realizarse **acciones de visibilización y sensibilización,** con medición de su eficacia, que contribuyan a la eliminación de cualquier forma o manifestación de edadismo, así como contra cualquier expresión que se entrelace con el mismo, como las derivadas del sistema de género. Tales acciones de comunicación deben contribuir a hacer visibles los estereotipos sociales que producen desigualdades en función de la edad, sexo o cualquier otro rasgo o situación, con el propósito de que la población pueda identificarlos, al tiempo que deberían incidir en aquellos valores que contribuyan a su desaparición. Estas acciones pueden dirigirse a la sociedad en ge-

neral, pero con propuestas orientadas a colectivos concretos (ej. funcionarios).

Todas estas consideraciones podrían estar presentes en un plan de acción que contemplara iniciativas a corto, medio y largo plazo, diseñadas por equipos de trabajo multidisciplinares. Dicho plan debería estar en continua revisión para poder ajustar tanto la fase estratégica como táctica a la evidencia. De igual forma, tendría que introducir su propia evaluación, con el propósito de ponderar los efectos o el impacto de las intervenciones que se llevaran a cabo.

En las diez recomendaciones destacadas para luchar contra las brechas digitales generacionales también subyacen los derechos y principios digitales europeos². Estas consideraciones deben armonizarse, como consecuencia, con el marco internacional, además de señalar el camino a recorrer en la materia que aquí nos ocupa y preocupa.

Con este trabajo, el equipo de la Cátedra ha querido incorporar, a las recogidas años anteriores, más voces implicadas en la brecha digital generacional. Además, se propuso llevar su mensaje un poco más lejos reforzando la transferencia, con el propósito último de seguir transmitiendo la importancia de incluir los temas aquí expuestos en las agendas mediáticas y políticas. De nuevo, la excelente respuesta obtenida despierta una gran gratitud hacia las personas participantes por compartir con nosotros su conocimiento, su experiencia e, incluso, su imagen.

Nos une el compromiso y el deseo por hacer de la sociedad digital un lugar para todos.

Natalia Papí Gálvez

Dirección de la Cátedra de Brecha Digital Generacional

2. Los derechos y principios digitales europeos se agrupan en torno a las siguientes seis directrices: “1. Poner a las personas y sus derechos en el centro de la transformación digital, 2. Apoyar la solidaridad y la inclusión, 3. Garantizar la libertad de elección en línea, 4. Fomentar la participación en el espacio público digital, 5. Aumento de la seguridad, la seguridad y el empoderamiento de las personas y 6. Promover la sostenibilidad del futuro digital”. Extraído de Comisión Europea (s.f.). *Configurar el futuro digital de Europa*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/digital-principles>



Principales resultados de la prueba

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Tecnológica
- COMPETENCIA: Capacidad de manejo de las innovaciones tecnológicas que hacen posible una comunicación multimodal y multimedia.

P01
De entre las seis imágenes siguientes, tache con una cruz (X) aquellas cuyo uso implique necesariamente tener conexión a Internet: (IMÁGENES DE TELÉFONO MÓVIL, PORTÁTIL, RRRSS).

RESPUESTAS:

	<i>Tachada</i>	<i>Sin tachar</i>	<i>No contestan</i>
<i>Teléfono móvil</i>	48%	46%	6%
<i>Facebook</i>	74%	21%	5%
<i>Portátil</i>	60%	33%	6%
<i>YouTube</i>	75%	20%	5%
<i>Netflix</i>	54%	41%	5%
<i>WhatsApp</i>	67%	28%	5%

Tabla 1. Pregunta P01

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema.

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Lenguaje
- COMPETENCIA: Capacidad de comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión.

P11(1), P11(2), P11(3), P11(4), P11(5)
De las imágenes siguientes, seleccione aquellas que considere que pertenecen a una misma noticia y póngalas en orden para rehacer la historia. (FOTO A, FOTO B, FOTO C, FOTO D, FOTO E) (Ponga en cada casilla el número de la foto en el orden apropiado. No es necesario que estén todas las casillas cumplimentadas si así lo considera).

RESPUESTAS:

	<i>1ª Foto con más frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>2ª Foto más frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>No contestan</i>
<i>Primera posición</i>	A	46%	B	8%	8%
<i>Segunda posición</i>	B	41%	A	19%	6%
<i>Tercera posición</i>	B	42%	C	38%	7%
<i>Cuarta posición</i>	C	41%	D	34%	9%
<i>Quinta posición</i>	D	51%	A	12%	27%

Tabla 2. Pregunta P11

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: Foto A (apariciones=168), Foto B (apariciones=180), Foto C (apariciones=176), Foto D (apariciones=184), Foto E (apariciones=142)

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Procesos de difusión y producción
- COMPETENCIA: Conocimiento de los códigos de regulación y de autorregulación que amparan, protegen y exigen a los distintos actores sociales, y de los colectivos y asociaciones que velan por su cumplimiento, y actitud activa y responsable ante ellos.

P08-1 y P08-2
La institución competente donde puedo quejarme si estoy inconforme con contenidos emitidos por un medio público como, por ejemplo, À Punt es... Y, ¿en el caso que la televisión sea privada nacional como, por ejemplo, Telecinco? (6 CIERRES, VARIAS RESPUESTAS POSIBLES).

RESPUESTAS:

	Medio público			Medio privado		
	1 opción	2 opción	3 opción	1 opción	2 opción	3 opción
Consell Audiovisual	56%	1%	-	18%	5%	-
Síndic de Greuges	8%	14%	-	11%	-	-
La propia cadena	10%	18%	8%	47%	63%	3%
Otra ¿cuál? Especifique	-	-	-	-	1%	1%
Ninguna	1%	1%	-	2%	1%	-
No lo sé	20%	2%	1%	19%	3%	22%
No responde	5%	64%	92%	4%	76%	95%

Tabla 3. Pregunta P08

Fuente: elaboración propia, n=192 (varias opciones posibles) (porcentajes verticales). No responde o no contesta= perdidos por el sistema.

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Procesos de difusión y producción
- COMPETENCIA: Conocimiento de las diferencias básicas entre las producciones individuales y las colectivas, entre las populares y las corporativas y en el ámbito de estas últimas, si es el caso, entre las elaboradas por instancias de titularidad pública y privada.

- TIPO DE COMPETENCIA: DIGITAL
- DIMENSIÓN: SEGURIDAD
- COMPETENCIA: 4.2. Protección de datos personales e identidad digital
- GRADO DE APTITUD: Básico 4.2. (“Ser consciente de la necesidad de proteger la privacidad propia y de terceros (...)” (GVA,2021, p.78)).

P09 -> (*) TAMBIÉN ÁMBITO DIGITAL (4.2. B)
Si tengo las fotos de mis nietos o nietas en el móvil, puedo compartirlas sin problemas por WhatsApp: (SI NO TIENE NIETOS, POR FAVOR, RESPONDA IGUALMENTE) (5 CIERRES, 1 RESPUESTA).

RESPUESTAS:

	Frecuencia
Sí, porque son mis nietos	6%
Sí, pero solo con mis amigos	14%
Sí, si sus padres están de acuerdo	42%
No, en ningún caso porque son menores de edad	31%
No lo sé	4%
No contesta	4%

Tabla 4. Pregunta P09

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: algunas entrevistadas señalaron otra opción: 1 respuesta en cada uno de dos primeros cierres, 10 respuestas en el tercero y 8 en el cuarto.

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Procesos de difusión y producción
- COMPETENCIA: Conocimiento de las diferencias básicas entre las producciones individuales y las colectivas, entre las populares y las corporativas y en el ámbito de estas últimas, si es el caso, entre las elaboradas por instancias de titularidad pública y privada.

- TIPO DE COMPETENCIA: DIGITAL
- DIMENSIONES: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS y SEGURIDAD; OTRA: COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN
- PLANO: CONOCIMIENTO
- COMPETENCIA: 1.1. Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital; 4.2. Protección de datos personales e identidad digital; Otra: 2.2. Compartir a través de las tecnologías digitales
- GRADO DE APTITUD: Básica 1.1. (“Reconocer las principales redes sociales y sus principales características”, (GVA,2021, p.16)); Básica 4.2. (“Entender las condiciones de usos de las aplicaciones y servicios en línea” (GVA, 2021, p. 78)); Otra: Intermedia 2.2. (“Saber que las principales redes sociales permiten elegir las personas con las que se quiere compartir un determinado contenido” (GVA, 2021, p.35)).

P10 -> (*) TAMBIÉN ÁMBITO DIGITAL (1.1. B, 4.2. B) (2.2. I) ¿Quién puede ver mis publicaciones de Facebook? (SI NO TIENE FACEBOOK, POR FAVOR, RESPONDA IGUALMENTE) (5 CIERRES, 1 RESPUESTA).	
RESPUESTAS:	Frecuencia
<i>Todas las personas que se conecten a Facebook</i>	14%
<i>Solo mis amistades</i>	25%
<i>Mis amigos y también los amigos de mis amigos</i>	8%
<i>Depende de la configuración de mi perfil</i>	38%
<i>No lo sé</i>	10%
<i>No contesta</i>	4%

Tabla 5. Pregunta P10.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: en esta pregunta solo había que responder una opción, pero algunas personas entrevistadas señalaron otra. Suma el primer cierre 1 respuesta, 2 el segundo y 10 el tercero.

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Procesos de difusión y producción.
- COMPETENCIA: Conocimiento de los factores que convierten las producciones corporativas en mensajes sometidos a los condicionamientos socioeconómicos de toda industria.
- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- PLANO: CONOCIMIENTO
- COMPETENCIA: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital
- GRADO DE APTITUD: Intermedio 1.2. (“Evaluar el contenido de los medios de comunicación digitales” (GVA, 2021, p.21)).

P06(1), P06(2), P06(3), P06(4), P06(5), P06(6), P06(7) -> (*) TAMBIÉN ÁMBITO DIGITAL (1.2. I) Indique con una cruz (X) cuál de los siguientes elementos de la portada de este periódico digital son elementos publicitarios: (IMAGEN CON 7 ELEMENTOS INDICADOS).			
RESPUESTAS:	<i>Tachada</i>	<i>Sin tachar</i>	<i>No contestan</i>
<i>Elemento 1 (noticia)</i>	9%	66%	25%
<i>Elemento 2 (publicidad)</i>	15%	60%	25%
<i>Elemento 3 (publicidad)</i>	44%	31%	25%
<i>Elemento 4 (publicidad)</i>	32%	43%	25%
<i>Elemento 5 (noticia)</i>	38%	36%	25%
<i>Elemento 6 (noticia)</i>	5%	69%	25%
<i>Elemento 7 (publicidad)</i>	47%	28%	24%

Tabla 6. Pregunta 06.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema.

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Ideología
- COMPETENCIA: Capacidad de evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, extrayendo conclusiones críticas tanto de lo que se dice como de lo que se omite.
- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- PLANO: CONOCIMIENTO
- COMPETENCIA: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital
- GRADO DE APTITUD: Intermedio 1.2. (“Evaluar el contenido de los medios de comunicación digitales” (GVA, 2021, p.21)).

P04-1 y P04-2 -> (*) TAMBIÉN ÁMBITO DIGITAL (1.2. I)
 Escoja, en cada caso, una foto para ilustrar los siguientes titulares:
 1. TITULAR: “Trabajadores sanitarios protestan en Madrid” (foto 1 y/o foto 2), 2. TITULAR: “El Cairo acoge cumbre Egipto-Americana” (foto 1 y/o foto 2). (5 CIERRES, 1 RESPUESTA).

RESPUESTAS:	Primer titular (la foto correcta es la 1)	Segundo titular (la foto correcta es la 1) (*)
La 1 es la que ilustra este titular	25%	13%
La 2 es la que ilustra este titular	19%	19%
Las dos fotos ilustran este titular	52%	38%
Ninguna foto ilustra este titular	2%	6%
No lo sé	2%	20%
No responde	1%	4%

Tabla 7. Pregunta P04.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema. Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema.

- TIPO DE COMPETENCIA: MEDIÁTICA
- DIMENSIÓN: Ideología y valores
- COMPETENCIA: Capacidad para analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, sobre todo en cuanto a género, raza, etnia, clase social, religión, cultura, discapacidades, etc., analizando sus causas y consecuencias.

P07
 Mire el siguiente vídeo y escoja la respuesta que más se adecue a usted.
 Vídeo: Enlace a vídeo público en Youtube (5 CIERRES, 1 RESPUESTA).

RESPUESTAS:

	Frecuencia
Me gusta porque me identifico.	12%
Me gusta porque los personajes que aparecen son graciosos.	42%
Me hace reír, pero me molesta como se presentan los personajes.	12%
Me parece que no es gracioso tal como se presentan los personajes.	12%
No he podido verlo.	10%
No contesta.	13%

Tabla 8. Pregunta P07.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: en esta pregunta solo había que responder una opción. Ahora bien, algunas personas entrevistadas señalaron otra, sumando 8 casos al segundo cierre y 2 al tercero.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- COMPETENCIA: 1.1. Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Básico (“Conocer la diferencia entre buscador y navegador”, “Reconocer las principales redes sociales y sus principales características” (GVA, 2021, p. 16).

P18. (PD y 1.1. B)
Por favor, señale con el número 1 las imágenes que se correspondan a navegadores, con un 2 las que sean de buscadores y con un 3 las redes sociales. (IMÁGENES NAVEGADORES, BUSCADORES Y RRSS).

RESPUESTAS:

	Correcta	Incorrecta más respondida	%	No responden
Firefox	55%	Buscador	12%	29%
Facebook	46%	Buscador	5%	16%
Chrome	60%	Buscador	20%	18%
WhatsApp	66%	Buscador	6%	23%
Bing	27%	Redes sociales	8%	62%
Edge	35%	Buscador	16%	46%
Instagram	75%	Buscador/Navegador	4%	18%
Google	42%	Navegador	39%	16%
Yahoo!	25%	Redes sociales	18%	46%

Tabla 9. Pregunta P18.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- COMPETENCIAS: 1.1. Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital y 1.3. Manejar datos, información y contenido digital
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Básico 1.1. (Código QR, Enlace web), Intermedio 1.1. (Dominio), Básico 1.3. (Memoria USB).

P19. (1.1. B-I y 1.3. B)
Del listado de definiciones, elija la que mejor defina cada uno de los términos de la primera columna: Código QR, Enlace web, Dominio, Memoria USB.

RESPUESTAS:

	Correcta	Incorrecta más respondida	%	“no lo sé”, no contesta
Código QR	48%	Definición de dominio	6%	14%, 27%
Enlace web	34%	Definición de dominio	13%	15%, 27%
Dominio	33%	Definición de enlace web	13%	19%, 30%
Memoria USB	52%	Definición de enlace web	2%	18%, 26%

Tabla 10. Pregunta P19.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
 - COMPETENCIAS: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital
 - PLANOS: CONOCIMIENTO y HABILIDADES
 - GRADO DE APTITUD:
- “CONOCIMIENTO”: Básico (“Saber que no toda la información que se encuentra en internet es fiable” (GVA, 2021, p. 20);
- “HABILIDADES”: Básico (“Identificar sitios web que le proporcionan información fiable y útil”, “Reconocer las fuentes oficiales como fuentes fiables para contrastar la información” (GVA, 2021, p. 20)).

<p>P03. (1.2. B y I) Está buscando información en internet sobre qué provoca la diabetes. De las siguientes tres fuentes ¿cuál cree que sería la fuente más fiable? (TRES IMÁGENES: IMAGEN 1 (RRSS), IMAGEN 2 (PERIÓDICO), IMAGEN 3 (MINISTERIO) (5 CIERRES, VARIAS RESPUESTAS).</p>		
RESPUESTAS:		
	1 opción	2 opción
<i>La fuente 1 es la más fiable</i>	3%	0%
<i>La fuente 2 es la más fiable</i>	1%	0%
<i>La fuente 3 es la más fiable</i>	85%	1%
<i>Ninguna es fiable</i>	3%	1%
<i>No lo sé</i>	5%	1%
<i>No contesta</i>	4%	98%

Tabla 11. Pregunta P03.
Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: la suma superior a 100 en cada columna se debe al redondeo efectuado al entero. En negrita la respuesta correcta.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS y SEGURIDAD
 - COMPETENCIAS: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital y 4.2. Protección de datos personales e identidad digital
 - PLANO: CONOCIMIENTO
 - GRADO DE APTITUD:
- Básico 1.2. (“Ser consciente de que cualquier persona puede publicar información en Internet sin que ésta tenga que ser verificada” (GVA, 2021, p. 20));
- Intermedio 1.2. (“Entender que el orden de aparición de la información en las búsquedas realizadas no está directamente relacionado con la calidad de la misma.” (GVA, 2021, p. 21));
- Básico 4.2. (“Ser consciente del impacto y longevidad que tiene la información digital a la hora de publicarla”, “Conocer que han de recoger mi consentimiento para recabar mis datos e informarme para qué van a utilizarlos (...)”, “Conocer los mecanismos mediante los cuales mi navegación queda registrada (cookies...)” (GVA, 2021, p.78)).

<p>P13. (1.2. B-I y 4.2. B) Indique con una cruz (X) en la casilla correspondiente según considere si las afirmaciones siguientes son verdaderas o falsas: En Internet... (CINCO FRASES: VERDAD, FALSO, NO SABE).</p>				
RESPUESTAS:				
	Verdad	Falso	No sabe	No contesta
<i>Cuando elimino una fotografía o un video en mis redes sociales, se elimina de Internet.</i> (4.2.B-Falsa)	21%	47%	27%	4%
<i>La información que encontramos en Internet ha sido verificada y es fiable.</i> (1.2.B-Falsa)	16%	59%	21%	4%
<i>Los primeros resultados de una búsqueda realizada en Internet son los de mejor calidad.</i> (1.2.I-Falsa)	18%	47%	28%	6%
<i>Cuando navego por Internet, por defecto se registra lo que hago, por ejemplo, a través de las cookies.</i> (4.2.B-Verdad)	64%	12%	21%	4%
<i>No hace falta recoger mi consentimiento para recabar mis datos.</i> (4.2.B-Falsa)	27%	48%	19%	6%

Tabla 12. Pregunta P13.
Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota1: la suma superior a 100 en cada columna se debe al redondeo efectuado al entero. Nota2: al final de cada frase se indica la competencia (1.2. o 4.2.), el grado de aptitud (B-básico, o I-Intermedio) y la respuesta correcta.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS y SEGURIDAD
- COMPETENCIAS: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital y 4.2. Protección de datos personales e identidad digital
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Básico 1.2. (“Conocer la intención maliciosa de bulos y noticias falsas por correo electrónico o mensajería móvil y saber identificarlos”, “Evaluar el contenido de los medios de comunicación digitales” (GVA, 2021, p. 20, 21)); Básico 4.2. (“Conocer las principales vías mediante las cuales nos pueden vulnerar nuestra privacidad y robar información personal”, (GVA,2021, p.78)).

P14. (1.2. B-I y 4.2.B)
De los siguientes mensajes que se muestran a continuación, seleccione aquellos que considere fiables. (TRES IMÁGENES DENUNCIADAS E INFORMADAS POR LA OFICINA DE SEGURIDAD DEL INTERNAUTA EN SU WEB COMO FRAUDULENTAS) (5 CIERRES, VARIAS RESPUESTAS).

RESPUESTAS:

	1 opción	2 opción	3 opción
<i>El mensaje 1 es fiable</i>	13%	0%	0%
<i>El mensaje 2 es fiable</i>	8%	1%	0%
<i>El mensaje 3 es fiable</i>	15%	4%	1%
Ningún mensaje es fiable	51%	2%	0%
<i>No lo sé</i>	7%	1%	1%
<i>No contesta</i>	6%	92%	99%

Tabla 13. Pregunta P14.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota1: la suma superior a 100 en cada columna se debe al redondeo efectuado al entero. Nota2: en negrita la respuesta correcta.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS y SEGURIDAD
- COMPETENCIAS: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital y 4.2. Protección de datos personales e identidad digital
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Intermedio 1.2. (“Conocer diferentes fuentes de información fiables” (GVA, 2021, p. 20); Intermedio 4.2. (“Conocer cómo puedo ejercer mis derechos conforme a la normativa de protección de datos personales en el ámbito de internet” (GVA, 2021, p. 79)).

P15a-1 y P15a-2. (1.2. I y 4.2. I)
Por favor, indique dónde puede acudir en los siguientes casos:
1. Obtener información sobre mensajes fraudulentos que circulan por Internet e incidentes en materia de protección de datos,
2. Obtener información sobre la regulación en materia de seguridad en la protección de datos.
(7 CIERRES, VARIAS RESPUESTAS).

RESPUESTAS:

	Primer caso			Segundo caso		
	1 opción	2 opción	3 opción	1 opción	2 opción	3 opción
Oficina de Seguridad del Internauta	35%	-	-	30%	-	-
Agencia española de protección de datos	32%	24%	-	46%	22%	-
<i>Redes sociales (ejemplo, Facebook)</i>	3%	1%	2%	1%	1%	1%
<i>Prensa u otros medios de comunicación</i>	2%	3%	1%	1%	1%	1%
<i>Otra ¿Cuál? Especifique:</i>	1%	2%	1%	2%	1%	-
<i>Ninguna de las anteriores</i>	4%	-	-	14%	-	2%
<i>No lo sé</i>	15%	2%	2%	1%	1%	1%
<i>No responde</i>	15%	69%	96%	6%	75%	96%

Tabla 14. Pregunta P15a.

Fuente: elaboración propia, n=192 (varias opciones posibles) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS y SEGURIDAD
- COMPETENCIAS: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital y 4.2. Protección de datos personales e identidad digital
- PLANO/S: CONOCIMIENTO y HABILIDADES
- GRADO DE APTITUD: “HABILIDADES”, Básico 1.2. (“Detectar la fiabilidad y credibilidad de la fuente, de los datos y del contenido digital a partir de las marcas básicas como el https” (GVA, 2021, p. 20)); Intermedio 1.2. (“Identificar parámetros que deben cumplir las páginas web y la información en línea para considerar su confiabilidad y calidad (...)” tales como aviso legal, (GVA, 2021, p. 21)); “CONOCIMIENTO” Intermedio 4.2. (“Conocer y tener en cuenta los aspectos básicos de la normativa referente a protección de datos personales en el ámbito de internet” (GVA, 2021, p.79)), Avanzado 4.2. (“Conocer qué requisitos deben cumplir las páginas web en relación a seguridad y protección de datos personales” (GVA, 2021, p.80)).

P15b. (1.2. B-I * y 4.2. I-A) *INCLUIDA COMO HABILIDADES EN EL MARCO VALENCIANO				
Indique con una cruz (X) en la casilla correspondiente según considere si las afirmaciones siguientes son verdaderas o falsas: (CINCO FRASES: VERDAD, FALSO, NO SABE).				
RESPUESTAS:	Verdad	Falso	No sabe	No contesta
<i>La mayoría de las páginas web tienen que tener un apartado de “Aviso Legal” con todos los datos de la empresa o entidad.</i> (1.2.I-Verdad)	21%	47%	27%	4%
<i>Las webs que recojan datos personales deben tener un apartado sobre política de privacidad y debe incorporar el típico texto “He leído y acepto la política de privacidad”.</i> (1.2.I-Verdad) (4.2.A-Verdad)	16%	59%	21%	4%
<i>El aviso sobre “política de cookies” ya no será obligatorio a partir de 2024.</i> (4.2.I-Falsa)	18%	47%	28%	6%
<i>Si entramos a una web cuya dirección empieza por “https” quiere decir que es segura.</i> (1.2.B-Verdad)	64%	12%	21%	4%

Tabla 15. Pregunta P15b.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota1: la suma superior a 100 en cada columna se debe al redondeo efectuado al entero. Nota2: al final de cada frase se indica la competencia (1.2. o 4.2.), el grado de aptitud (B-básico, I-Intermedio, A-Avanzado) y la respuesta correcta.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS y SEGURIDAD
- COMPETENCIAS: 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital y 4.2. Protección de datos personales e identidad digital
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Intermedio 1.2. (“Conocer diferentes fuentes de información fiables” (GVA, 2021, p. 20); Intermedio 4.2. (“Conocer cómo puedo ejercer mis derechos conforme a la normativa de protección de datos personales en el ámbito de internet” (GVA, 2021, p. 79)).

P17-1 y P17-2. (1.2.I y 4.2. I-A)						
Por favor, indique dónde puede acudir en los siguientes casos:						
1. Denunciar un uso no consentido de mis datos personales						
2. Denunciar la suplantación de mi identidad en redes sociales.						
(8 CIERRES, VARIAS RESPUESTAS).						
RESPUESTAS:	Primer caso			Segundo caso		
	1 opción	2 opción	3 opción	1 opción	2 opción	3 opción
<i>Oficina de Seguridad del Internauta</i>	27%	-	-	31%	-	-
<i>Agencia española de protección de datos</i>	40%	27%	-	29%	28%	-
<i>Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado</i>	19%	23%	18%	26%	25%	19%
<i>Informar y reclamar al propio medio</i>	-	5%	5%	1%	4%	6%
<i>Redes sociales</i>	-	-	-	-	1%	1%
<i>Otra ¿Cuál? Especifique:</i>	-	-	-	1%	-	-
<i>Ninguna de las anteriores</i>	-	-	1%	-	-	1%
<i>No lo sé</i>	-	-	-	8%	-	1%
<i>No responde</i>	5%	44%	76%	5%	43%	73%

Tabla 16. Pregunta P17.

Fuente: elaboración propia, n=192 (varias opciones posibles) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: Primer caso y segundo caso, cuarta opción: “Informar y reclamar al propio medio (8%)”.

- DIMENSIÓN: SEGURIDAD
- COMPETENCIAS: 4.2. Protección de datos personales e identidad digital
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Básico 4.2. (“Ser consciente de la necesidad de proteger la privacidad propia y de terceros, así como los datos personales en internet”, (GVA, 2021, p.78)); Intermedio 4.2. (“Conocer cómo puedo ejercer mis derechos conforme a la normativa de protección de datos personales en el ámbito de internet” (GVA, 2021, p. 79)).

P16. (4.2. B-I) ¿Cuál de la siguiente información NO deberías mostrar públicamente en Internet? (5 CIERRES, VARIAS RESPUESTAS).			
RESPUESTAS:	1 opción	2 opción	3 opción
Tu número de cuenta	92%	1%	-
Tu firma manuscrita	1%	66%	1%
Tus aficiones y gustos	1%	1%	15%
El día y el mes en que naciste	-	-	14%
No lo sé	2%	-	-
No contesta	5%	32%	71%

Tabla 18. Pregunta P16.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: cuando señalan una cuarta opción, es “El día y el mes en que naciste” (11%)

- DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN
- COMPETENCIAS: 2.1. Interactuar a través de las tecnologías digitales.
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Básico 2.1 (“Saber que existen múltiples alternativas de comunicación (...)” (GVA, 2021, p. 30)”, Ser consciente de la necesidad de proteger la privacidad propia y de terceros, así como los datos personales en internet”, (GVA, 2021, p.78)); Intermedio 4.2. (“Conocer cómo puedo ejercer mis derechos conforme a la normativa de protección de datos personales en el ámbito de internet” (GVA, 2021, p. 79)).

P02. (2.1. B) Relaciona uniendo con una flecha, los elementos del listado A con los elementos del listado B (SMS, CHAT, EMAIL, y funciones).				
RESPUESTAS:	Correcta	Incorrecta más respondida	%	No responden
SMS	66%	Chat	8%	19%
Chat	54%	Email	13%	22%
Email	60%	Chat	11%	25%

Tabla 19. Pregunta P02.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota: el 52% responde a todas.

- DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN
- COMPETENCIAS: 2.1. Interactuar a través de las tecnologías digitales, 2.2. Compartir a través de las tecnologías digitales
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Intermedio 2.1 (“Conocer el funcionamiento de varias aplicaciones de comunicación” (GVA, 2021, p. 31)), Básico 2.2. (“Saber que se puede compartir información y contenido digital utilizando herramientas tecnológicas sencillas” (GVA,2021, p.34)), Intermedio 2.2. (“Saber que las principales redes sociales permiten elegir las personas con las que quiere compartir un determinado contenido” (GVA, 2021, p.35))”, Otros: Básico 2.4 (“Conocer la existencia de herramientas y servicios para realizar actividades de forma colaborativa” (GVA, 2021, p. 42)).

P20. (2.1.I, 2.2.B-I, y 2.4.B) Indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas: (6 AFIRMACIONES, VERDAD-FALSO-NO SABE)				
RESPUESTAS:				
	Verdad	Falso	No sabe	No contesta
<i>Puedo compartir mi ubicación actual en WhatsApp.</i> (2.1.I-Verdad) (2.2. B-Verdad)	76%	5%	10%	9%
<i>Puedo utilizar el navegador del ordenador para utilizar WhatsApp.</i> (2.1.I -Verdad) (4.2.A-Verdad)	43%	20%	24%	13%
<i>Puedo hacer videollamadas con Twitter.</i> (2.1.I-Falsa)	8%	20%	62%	10%
<i>Puedo ver los tweets de otras personas usuarias, aunque no los esté siguiendo en Twitter.</i> (2.1.I -Verdad) (2.2.I-Verdad)	15%	21%	54%	10%
<i>Puedo compartir un archivo concreto con otra persona en Google Drive y darle permiso para su edición.</i> (2.1.I-Verdad) (2.2. B-Verdad) (2.4. B-Verdad)	41%	13%	37%	9%

Tabla 20. Pregunta P20.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes horizontales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota1: la suma superior a 100 en cada columna se debe al redondeo efectuado al entero. Nota2: al final de cada frase se indica la competencia (1.2. o 4.2.), el grado de aptitud (B-básico, I-Intermedio, A-Avanzado) y la respuesta correcta.

- DIMENSIÓN: COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN
- COMPETENCIAS: 2.3. Comprometerse con la ciudadanía a través de las tecnologías digitales.
- PLANO: CONOCIMIENTO
- GRADO DE APTITUD: Próximo a dos competencias -> Básico 2.3. (“Ser consciente de que Internet permite realizar gestiones con la Administración pública”), Intermedio 2.3 (“Conocer los requisitos para el uso del certificado digital y DNIe en la realización de trámites “online” (GVA, 2021, p. 39)).

P23. (2.3. B-I) Si no tengo un documento identificativo oficial (digital), ¿puedo realizar los siguientes trámites de forma online? Señale los que considere que sí puede realizar o responda “Ninguno” o “No lo sé”, si fuera el caso. (7 CIERRES, VARIAS RESPUESTAS).			
RESPUESTAS:			
	1 opción	2 opción	3 opción
<i>Escribir una hoja de reclamaciones</i>	22%	-	-
<i>Realizar el testamento vital</i>	1%	9%	-
<i>Solicitar la vida laboral</i>	6%	5%	6%
<i>Obtener el historial médico</i>	1%	3%	3%
<i>Ninguno</i>	29%	2%	1%
<i>Todos</i>	7%	1%	-
<i>No lo sé</i>	22%	3%	1%
<i>No contesta</i>	23%	78%	90%

Tabla 21. Pregunta P23.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema. Nota1: cuando señalan una cuarta opción esta es “obtener el historial médico”. Nota2: Esta pregunta ha sido matizada con posterioridad insistiendo en que se trataba de un documento oficial y los trámites eran online. Para la autoadministración se ha incluido frase aclaratoria.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- COMPETENCIAS: 1.1. Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital
- PLANO: HABILIDADES
- GRADO DE APTITUD: Intermedio 1.1 (“Consultar información en un mapa de forma geolocalizada y conocer la ruta para llegar a un determinado punto” (GVA, 2021, p. 17)).

<p>ACTIVIDAD PRÁCTICA 2 USO DE ORDENADOR (1.1. I) Si quiere ir de Burgos a Santander en coche en el menor tiempo posible, ¿qué carretera/s es o son la/s más apropiada/s? Utilice el ordenador (o su móvil si lo prefiere) para responder a la pregunta (VARIAS PREGUNTAS: ruta, tiempo, dispositivo; con posibilidad de señalar “no sabe”).</p>				
RESPUESTAS:				
	Contestan (*)		No contestan	
<i>Carretera/s directas</i>	Ruta: 1ª carretera	Ruta: 2ª carretera	En la primera carretera	En la segunda carretera
	23% (N627)	→ 22% (A67)	56%	69%
	17% (A67)	→ 5% (N627)		
<i>Tiempo</i>	62%		38%	
<i>No sabe</i>	5%		-	

Tabla 22. Actividad 2a.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes). No contesta= perdidos por el sistema.
 (*) Según la aplicación habitualmente utilizada (Google Maps) las carreteras pueden ser: N627 y A67 con 1 hora y 50 minutos (110 minutos) sin atascos ni retenciones o A67 en 2 horas (121 minutos). Otras respuestas indicadas en Carretera/s fueron: 623, A623, A73, BU30, H611, N223, N234, N611, N623. En cuanto al tiempo indicaron desde 90 minutos hasta 444 minutos.

RESPUESTAS:	
	Dispositivo del ejercicio
<i>Ordenador</i>	33%
<i>Móvil</i>	26%
<i>No contesta</i>	41%

Tabla 23. Actividad 2b.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- COMPETENCIAS: 1.1. Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital y 1.2. Evaluar datos, información y contenido digital.
- PLANO: HABILIDADES
- GRADO DE APTITUD: Básico 1.1 (“Realizar búsquedas simples a través de los buscadores de uso generalizado (...)” (GVA, 2021, p. 16)), Intermedio 1.1 (“Utilizar palabras clave para limitar y ajustar las búsquedas que realiza con un criterio apropiado”, “Realizar búsquedas avanzadas a través de buscadores (...)” (GVA, 2021, p.17)), Básico 1.2. (“Reconocer las fuentes oficiales como fuentes fiables para contrastar la información” (GVA, 2021, p.20)).

<p>ACTIVIDAD PRÁCTICA 4. USO DE ORDENADOR (1.1. B-I, 1.2. B) Desde el ordenador, busque en Internet información fiable sobre la “tarjeta del mayor” de la Generalitat Valenciana, y rellene las siguientes casillas. Si no lo encuentra o si no sabe cómo hacerlo, marque con una X las casillas últimas correspondientes. (CUATRO PASOS: Edad a la que se puede tener la tarjeta, propietario de la página web, palabras clave utilizadas, campos a utilizar de la búsqueda avanzada).</p>			
RESPUESTAS:		RESPUESTAS:	
Primer paso: Edad		Tercer paso: uso de palabras clave	
<i>Respuestas correctas</i>	66%	<i>Uso de palabras clave</i>	46%
<i>No lo encuentra</i>	4%	<i>No lo he encontrado</i>	3%
<i>No sabe</i>	16%	<i>No sabe</i>	21%
<i>No contesta</i>	13%	<i>No contesta</i>	22%
RESPUESTAS:		RESPUESTAS:	
Segundo paso: Web		Cuarto paso: búsqueda avanzada	
<i>Administración pública</i>	65%	<i>Contesta como avanzada</i>	1%
<i>Respuesta incorrecta</i>	3%	<i>Contesta no como avanzada</i>	30%
<i>No lo encuentra</i>	1%	<i>No lo he encontrado</i>	5%
<i>No sabe</i>	17%	<i>No sabe</i>	39%
<i>No contesta</i>	15%	<i>No contesta</i>	25%

Tabla 24. Actividad 4.

Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- COMPETENCIAS: 1.1. Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenido digital, 1.3. Manejar datos, información y contenido digital
- PLANO: HABILIDADES
- GRADO DE APTITUD: Básico 1.1 (“Realizar búsquedas simples a través de los buscadores de uso generalizado (...)”, “Acceder a información a través de hipervínculos de un documento” (GVA, 2021, p.16)), Básico 1.3. (“Guardar direcciones web en los favoritos del navegador” (GVA,2021, p.24)).

ACTIVIDAD PRÁCTICA 1. USO DE ORDENADOR (1.1. B y 1.3. B.)																			
Por favor, siga las instrucciones siguientes, indicando aquellas que haya podido realizar: (SEIS PASOS: Abrir navegador, buscar, guardar dirección web en favoritos, anotar nombre del periódico, anotar información solicitada).																			
RESPUESTAS:	RESPUESTAS:																		
Primer paso: Abre navegador	Cuarto paso: Anota nombre periódico																		
<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>72%</td></tr> <tr><td>No lo hace</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Prefiere no hacerlo</td><td>3%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>16%</td></tr> </table>	Realiza la acción	72%	No lo hace	10%	Prefiere no hacerlo	3%	No contesta	16%	<table border="1"> <tr><td>Respuesta correcta</td><td>53%</td></tr> <tr><td>Respuesta incorrecta</td><td>21%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>2%</td></tr> <tr><td>Prefiere no hacerlo</td><td>2%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>22%</td></tr> </table>	Respuesta correcta	53%	Respuesta incorrecta	21%	No Realiza la acción	2%	Prefiere no hacerlo	2%	No contesta	22%
Realiza la acción	72%																		
No lo hace	10%																		
Prefiere no hacerlo	3%																		
No contesta	16%																		
Respuesta correcta	53%																		
Respuesta incorrecta	21%																		
No Realiza la acción	2%																		
Prefiere no hacerlo	2%																		
No contesta	22%																		
RESPUESTAS:	RESPUESTAS:																		
Segundo paso: Busca con palabras indicadas	Quinto paso: pincha en la noticia																		
<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>70%</td></tr> <tr><td>No lo hace</td><td>5%</td></tr> <tr><td>Prefiere no hacerlo</td><td>1%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>24%</td></tr> </table>	Realiza la acción	70%	No lo hace	5%	Prefiere no hacerlo	1%	No contesta	24%	<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>54%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>6%</td></tr> <tr><td>Prefiere no hacerlo</td><td>2%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>38%</td></tr> </table>	Realiza la acción	54%	No Realiza la acción	6%	Prefiere no hacerlo	2%	No contesta	38%		
Realiza la acción	70%																		
No lo hace	5%																		
Prefiere no hacerlo	1%																		
No contesta	24%																		
Realiza la acción	54%																		
No Realiza la acción	6%																		
Prefiere no hacerlo	2%																		
No contesta	38%																		
RESPUESTAS:	RESPUESTAS:																		
Tercer paso: Guarda en favoritos	Sexto paso: Anota información																		
<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>35%</td></tr> <tr><td>No lo hace</td><td>21%</td></tr> <tr><td>Prefiere no hacerlo</td><td>3%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>42%</td></tr> </table>	Realiza la acción	35%	No lo hace	21%	Prefiere no hacerlo	3%	No contesta	42%	<table border="1"> <tr><td>Respuesta correcta</td><td>52%</td></tr> <tr><td>Respuesta incorrecta</td><td>30%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>7%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>27%</td></tr> </table>	Respuesta correcta	52%	Respuesta incorrecta	30%	No Realiza la acción	7%	No contesta	27%		
Realiza la acción	35%																		
No lo hace	21%																		
Prefiere no hacerlo	3%																		
No contesta	42%																		
Respuesta correcta	52%																		
Respuesta incorrecta	30%																		
No Realiza la acción	7%																		
No contesta	27%																		

Tabla 25. Actividad 1.
Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema.

- DIMENSIÓN: INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DE DATOS
- COMPETENCIAS: 1.3. Manejar datos, información y contenido digital
- PLANO: HABILIDADES
- GRADO DE APTITUD: Básico 1.3 (“Utiliza las funciones básicas del explorador de archivos (...)”, “Comprimir y descomprimir archivos y carpetas” (GVA, 2021, p. 24)).

ACTIVIDAD PRÁCTICA 3. USO DE ORDENADOR (1.3. B)																	
A continuación, realice los siguientes pasos: (SEIS PASOS: crear carpeta, pinchar en el enlace, descargar archivo, renombrar archivo, comprimir archivo, indicar fecha de creación).																	
RESPUESTAS:	RESPUESTAS:																
Primer paso: Crea carpeta	Cuarto paso: Renombra archivo																
<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>43%</td></tr> <tr><td>No quiere realizar la acción</td><td>5%</td></tr> <tr><td>“No sé”</td><td>31%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>20%</td></tr> </table>	Realiza la acción	43%	No quiere realizar la acción	5%	“No sé”	31%	No contesta	20%	<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>27%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>6%</td></tr> <tr><td>“No sé”</td><td>30%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>38%</td></tr> </table>	Realiza la acción	27%	No Realiza la acción	6%	“No sé”	30%	No contesta	38%
Realiza la acción	43%																
No quiere realizar la acción	5%																
“No sé”	31%																
No contesta	20%																
Realiza la acción	27%																
No Realiza la acción	6%																
“No sé”	30%																
No contesta	38%																
RESPUESTAS:	RESPUESTAS:																
Segundo paso: Pincha en el enlace	Quinto paso: Comprime archivo																
<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>37%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>5%</td></tr> <tr><td>“No sé”</td><td>28%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>31%</td></tr> </table>	Realiza la acción	37%	No Realiza la acción	5%	“No sé”	28%	No contesta	31%	<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>14%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>9%</td></tr> <tr><td>“No sé”</td><td>40%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>38%</td></tr> </table>	Realiza la acción	14%	No Realiza la acción	9%	“No sé”	40%	No contesta	38%
Realiza la acción	37%																
No Realiza la acción	5%																
“No sé”	28%																
No contesta	31%																
Realiza la acción	14%																
No Realiza la acción	9%																
“No sé”	40%																
No contesta	38%																
RESPUESTAS:	RESPUESTAS:																
Tercer paso: Busca y descarga archivo	Sexto paso: Busca y pone fecha creación																
<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>28%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>6%</td></tr> <tr><td>“No sé”</td><td>33%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>33%</td></tr> </table>	Realiza la acción	28%	No Realiza la acción	6%	“No sé”	33%	No contesta	33%	<table border="1"> <tr><td>Realiza la acción</td><td>22%</td></tr> <tr><td>No Realiza la acción</td><td>5%</td></tr> <tr><td>“No sé”</td><td>32%</td></tr> <tr><td>No contesta</td><td>41%</td></tr> </table>	Realiza la acción	22%	No Realiza la acción	5%	“No sé”	32%	No contesta	41%
Realiza la acción	28%																
No Realiza la acción	6%																
“No sé”	33%																
No contesta	33%																
Realiza la acción	22%																
No Realiza la acción	5%																
“No sé”	32%																
No contesta	41%																

Tabla 26. Actividad 3.
Fuente: elaboración propia, n=192 (100%) (porcentajes verticales). No contesta= perdidos por el sistema.



ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

TABLA 1. Ficha técnica de la acción "AgeComTest" _____	18	TABLA 6. Ficha técnica de la acción VÍDEOS _____	78
Figura 1. Principales marcos de referencia para la elaboración de la prueba _____	21	TABLA 7. Ficha técnica de la acción +COM _____	90
Figura 2. Secciones de la prueba _____	22	ANEXO	
Figura 3. Relación entre preguntas y competencias mediáticas seleccionadas _____	26	Tabla 1. Pregunta P01 _____	100
Figura 4. Relación entre preguntas y competencias digitales plano conocimiento (dimensión 1 y 4) _____	28	Tabla 2. Pregunta P11 _____	101
Figura 5. Relación entre preguntas y competencias digitales plano conocimiento (dimensión 2 y 4) _____	30	Tabla 3. Pregunta P08 _____	102
Figura 6. Relación entre preguntas y competencias digitales plano habilidades (dimensión 1) _____	32	Tabla 4. Pregunta P09 _____	103
Figura 7. Porcentaje de personas por grado de dificultad de la prueba señalado _____	36	Tabla 5. Pregunta P10 _____	104
Figura 8. Ejemplos de prototipo en móvil _____	44	Tabla 6. Pregunta P06 _____	105
TABLA 2. Ficha técnica de la acción MBT _____	49	Tabla 7. Pregunta P04 _____	106
TABLA 3. Ficha resumen metodología MBT _____	52	Tabla 8. Pregunta P07 _____	107
TABLA 4. Ficha técnica de la acción PREMIOS _____	68	Tabla 9. Pregunta P18 _____	108
TABLA 5. Ficha técnica de la acción Webinars _____	72	Tabla 10. Pregunta P19 _____	109
		Tabla 11. Pregunta P03 _____	110
		Tabla 12. Pregunta P13 _____	111
		Tabla 13. Pregunta P14 _____	112
		Tabla 14. Pregunta P15a _____	113
		Tabla 15. Pregunta P15b _____	114
		Tabla 16. Pregunta P17 _____	115

Tabla 18. Pregunta P16	116
Tabla 19. Pregunta P02	117
Tabla 20. Pregunta P20	118
Tabla 21. Pregunta P23	119
Tabla 22. Actividad 2a	120
Tabla 23. Actividad 2b	120
Tabla 24. Actividad 4	121
Tabla 25. Actividad 1	112
Tabla 26. Actividad 3	123

