

Capítulo IV

Redes sociales en jóvenes y adultos mayores cuencanos

Amanda Guzmán-Heras
Tábata Figueroa-Sacoto

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

GUZMÁN-HERAS, A., and FIGUEROA-SACOTO, T. Redes sociales en jóvenes y adultos mayores cuencanos. In: TORRES-TOUKOUMIDIS, Á., and DE SANTIS-PIRAS, A., coord. *Los morlacos y las redes sociales* [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 2020, pp. 89-107. ISBN: 978-9978-10-534-4. <http://doi.org/10.7476/9789978105771.0005>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

CAPÍTULO IV

Redes sociales en jóvenes y adultos mayores cuencanos

Amanda Guzmán-Heras
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-2822-8387>

Tábata Figueroa-Sacoto
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-8798-7036>

Resumen

Las redes sociales como medio masivo de interacción tienen una gran audiencia, pero varía su uso en la edad de los usuarios. Este trabajo busca sobre todo mostrar el uso de las redes sociales en los jóvenes y adultos mayores conociendo el rango de incompatibilidad existente. Se basa en el análisis cualitativo que fue realizado a través de las 50 entrevistas usadas como técnica de recopilación de datos, aplicadas a una muestra de 25 jóvenes y 25 adultos mayores cuencanos. El análisis presenta la existencia de una desigualdad de uso y conocimiento en Facebook, Instagram y

WhatsApp de los adultos mayores en comparación a los jóvenes. Esta investigación refleja que en la comunidad cuencana los jóvenes son los que predominan en el ámbito de las redes sociales mientras que los adultos mayores sufren una desventaja; este fue un estudio necesario, debido a que la falta de documentos similares impidió hacer la comparación de resultados.

Palabras clave: Internet, medios sociales, información, comunicación, joven, vejez.

Abstract

Social networks as a mass medium of interaction have a large audience, but their use varies according to the age of the users. This work seeks above all to show the use of young and old people in social networks knowing the range of incompatibility that exists. It is based on the qualitative analysis that was carried out through the 50 interviews used as a data collection technique, applied to a sample of 25 young people and 25 older adults from Cuenca. The analysis presents the existence of an inequality of use and knowledge in Facebook, Instagram and WhatsApp of older adults in comparison to younger adults. This research reflects that in the Cuenca community, young people are the ones who predominate in the social networking arena while older adults are at a disadvantage; this was a necessary study because the lack of similar documents prevented the comparison of results.

Keywords: Internet, social media, information, communication, youth, old age.

El internet ha revolucionado la forma en que las personas se comunican y los procedimientos de interacción a nivel interpersonal se modificaron en los últimos años, sin embargo ¿es el internet el epicentro del acceso a contenidos inapropiados?, o quizás ¿son espacios complejos que excluyen a los faltos de conocimiento en esta área? Nuestro trabajo pretende segmentar estas reacciones desde la perspectiva adulta como la juvenil, e identificar los posibles resultados de la capacidad para utilizar las nuevas tecnologías, como herramienta de trabajo o por puro placer. Al mismo tiempo que se presentará una atmósfera comparativa, puesto que los adultos mayores generan una notable diferencia de uso a contraste con los jóvenes, estos efectos que justificarán nuestra investigación serán sustentados bajo el nivel emocional y físico, secuela directa de la conexión interactiva digital (Torres-Toukoumidis & De Santis, 2020).

La acción investigativa aplicada también accederá a las diversas plataformas sociales, que a pesar de que coexisten dentro de una misma estructura, será fundamental diferenciar algunas de las más importantes plataformas, para la correcta descripción del uso e impacto en los adultos y jóvenes, pues sus funcionalidades corresponden a diversas operaciones digitales que adquieren cierto nivel de dificultad. Entre ellas estará Facebook, compañía de servicios de redes sociales, Instagram que se basa mucho más en la identidad personal del sujeto en vez de en la identidad relacional. WhatsApp de la misma forma corresponderá a la

lista de redes que entran en secuencia de análisis de impacto, debido a que forma parte del medio digital en potencia entre las redes sociales más destacadas, complementando su relación con los sujetos de estudio.

La comunicación móvil resultante de encapsular todo este proceso interactivo digital de redes en diversos dispositivos, también formarán parte del estudio de escenarios, sobre las que se apoyan muchas de las dimensiones que caracterizan a las culturas juveniles que conservan más destreza para desenvolverse dentro de estas redes, a comparación de los adultos mayores; sin embargo, este no será un impedimento pues existen expertos que han generado redes de apoyo enfocadas a esta población, formando así un grupo capaz de interactuar y formar parte de este acelerado mundo de las relaciones vía internet, haciendo que su rango de edad no sea un limitante.

Redes digitales y su carácter de uso en los jóvenes

El planteamiento de diversas fuentes facilita el estudio respectivo por medio de algunos resultados ya existentes, estos aspectos se van a desenvolver en un orden secuencial, partiendo desde internet, la base de todo este conjunto abarcado desde los estudios realizados por la Universidad de Rosario “propuso que la existencia de déficits en autoestima y una elevada impulsividad predecirían el uso problemático de internet” (Moral-Jiménez & Fernández-Domínguez, 2018, p. 113).

Desvinculándonos del uso personal, el internet ha suministrado facilidades al progreso del aprendizaje interactivo, con nuevas herramientas que promueven la realidad virtual en diversas esferas de conocimiento, un estudio exploratorio de la Universidad Oberta de Cataluña explica que “la posibilidad de beneficiarse debido a habilidades de uso, tan solo se da en entornos educativos altamente favorables a la tecnología y dónde se fomenta la interacción como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje” (Castañón et al., 2015, p. 33).

La división de cuestionamientos centra los estudios en dos posibilidades de uso, el académico progresista digital y la aplicación individual problemática juvenil, no obstante, en Ecuador se aprecia una variabilidad en sus dimensiones pues “ha bajado el porcentaje de uso de redes sociales de jóvenes de 13 a 18 años que antes representaba el 28% en el 2014 y ahora el 18% para fines de 2016 e inicios 2017” (Guaña-Moya et al., 2018, p. 229).

Continuando con esta secuencialidad, se mostró las variables positivas y negativas que ofrece el internet, y a esto se incorporan las diferentes redes sociales, la razón por la que los jóvenes acceden a internet; por lo cual se encontró un estudio publicado por el Tecnológico de Monterey que explica el de uso que le dan los jóvenes a la red social de Facebook. “Los resultados obtenidos indican que el 77.5% de la muestra utiliza Facebook todos los días de la semana; un 48.5% lo utiliza de 1 a 3 horas diarias y un 27.0% menos de una hora” (Valerio & Serna 2018, p. 23).

En relación con el manejo de Facebook por parte de los jóvenes, otro estudio publicado por la Universidad de Alicante indica las variables por las que esta red social se puede ver abandonada por sus usuarios, entre ellas están “La competencia de otras redes sociales como Instagram y TikTok resultan más atractivas para el público joven, asimismo, existe un elevado riesgo de ciber-crimen para la obtención de cierta información y otros delitos” (Palao-Pedros & Baez-Devesa, 2020, p. 43).

Con respecto a WhatsApp, un estudio realizado por la Revista Internacional de Psicología del Desarrollo y la Educación, detalla las formas de uso diferenciadas por géneros, en donde “Un 40,9% de las mujeres señalan que están muy enganchadas a esta aplicación, frente a un 25,4% de los varones” (del Barrio-Fernández & Ruiz-Fernández, 2017, p. 28). Mientras que, el uso ilimitado de WhatsApp con relación al ámbito académico no presenta una asociación negativa, pues una investigación determinó que:

Los estudiantes con una calificación de 10 recibieron en promedio 533 mensajes diarios; seguidos de los estudiantes con calificación de 8, con 476 mensajes; y, las calificaciones de 9 y 7, con 446 y 358 mensajes, respectivamente. (Rodríguez-Martínez et al., 2016, p. 22).

Por el contrario, la aplicación de WhatsApp también es una vía rápida para el acoso, pues la Revista Iberoamericana de Psicología y Salud explica que “El discurso de los agresores fue coincidente con el de las víctimas, confirmando la agresión por WhatsApp” (Giménez-Gualdo et al., 2014, p. 126). Por otra parte “Instagram ofrece un

conjunto de potencialidades que permiten a los usuarios 1) gestionar su perfil, 2) publicar fotos y vídeos y comentarlos; y 3) compartir historias” (Pérez & Cassany, 2018, p. 84). Asimismo, la variable del género “muestra que tanto los hombres como las mujeres más extrovertidas de la muestra tienden a seguir a más usuarios en Instagram, aunque los hombres publican más que las mujeres” (Casado-Riera & Carbonell, 2018, p. 28).

Además, en el ámbito educativo “Instagram se ha convertido para las universidades privadas españolas en un canal de comunicación del que se puede obtener información de la institución académica cultural y, en ocasiones, social” (Alcolea-Parra et al., 2020, p. 128). Mientras que, en el Ecuador “Instagram es el medio social con menor uso por parte de las universidades del país, pues solo 15 de las 51 Instituciones de Educación Superior (IES) tienen una cuenta en esta red” (Abendaño-Ramírez et al., 2018, p. 6).

Adultos mayores y la complejidad digital

Las redes sociales “integradoras de una persona con su entorno social” (Montes de Oca, 2005). Analizadas desde el punto de vista de los adultos mayores, obligan a realizar un estudio de uso y conocimiento sobre estas, debido a que el uso que le dan tiene un objeto que es “comunicarse, aprender y facilitar sus actividades diarias y de ocio” (Agudo et al., 2012). Dependiendo fundamentalmente de los “ingresos, nivel educativo y familia” (Peral-Peral et al., 2015, p. 58). Pero al mismo tiempo las redes sociales “pueden ser una fuente de bendiciones mezcladas” (Rook, 2015,

p. 47). Pues es un ejercicio en el cual los adultos mayores no están acostumbrados a ejercer, pero de igual forma necesitan ser vistos como personas participes de una sociedad.

En la actualidad, hay un número escaso de redes sociales destinadas a los adultos mayores y por tal motivo “Los sitios web podrían empezar a considerar en serio a los usuarios senior y crear herramientas pensadas para esta población” (Admin, 2019). Y esta implementación podrá causar efectos positivos en ellos como menciona la CENIE (2018) “habilidades cognitivas mejoradas, disminución de la soledad, entretenimiento y nuevas oportunidades” de igual forma indica Barroso y Aguilar (2016).

El uso de redes sociales por parte de los adultos mayores varía y depende de la accesibilidad de cada usuario “Pew Research, un centro de investigación de Estados Unidos, afirma que hay más de 39 millones de usuarios de Facebook, Twitter y Skype que superan los 65 años” (Rubí, 2019, p. 182). Pero con respecto a la accesibilidad en Facebook, la Universidad Nacional de la Patagonia Austral realiza estudios considerando propiedades ligadas a la calidad y usabilidad de estos medios, con el objetivo de evaluar la experiencia del usuario manifestando que:

La falta de conocimiento sobre algunas funcionalidades específicas de la red social, dificultades al subir imágenes y falta de práctica son barreras de uso. Además, una preocupación es en cuanto a su privacidad, temen que sus perfiles sean usados para publicaciones que ellos no realizaron, o que cuando aceptan un sitio comercial o público se viole su privacidad. (Miranda et al., 2014, p. 132)

Y varios testimonios acompañaron otras investigaciones, pues aportando al ámbito de usabilidad mencionaron que “no pudieron realizar y entre las dificultades señaladas, aparece “No lo encontré” como causa principal y “Se desorientó” y “No lo entendió” como otras causas no tan frecuentes” (Cardoso et al., 2017, p. 16).

Pero es necesario reconocer que a pesar de esto, muchos adultos mayores se arrojan a la aventura que experimentan en las diferentes redes sociales, y “Facebook también les gusta porque les permite mantenerse vinculados a intereses y aficiones y porque es una red que facilita las relaciones intergeneracionales” (Aquino, 2017). También la Revista Comunicar realiza un estudio y plantea los siguientes resultados:

El 51,2% de los mayores de la muestra había utilizado una red social, de los cuales, el 77,6% tenían creado un perfil. El 44,1% tenían perfil en una sola red, el 14,2% en dos y 5,1% en tres. [...] el 93,1% usaba Facebook, el 26,7% Twitter y un 22,7% usaba otras redes sociales”. (Peral-Peral et al., 2015, p. 61)

Analizando estos resultados nos permite dar cuenta de que “no existen dudas acerca de que Internet y la Web no solo significan un gran avance tecnológico, sino que también un cambio cultural, que correctamente adaptado puede contribuir a la inclusión social de los adultos mayores” (Cardoso et al., 2017, p. 16). Y sobre todo entender que “El acercamiento de las tecnologías con la tercera edad puede disminuir la creciente brecha generacional entre ellos y las nuevas generaciones” (Muñoz, 2013).

Metodología

Esta investigación se fundamenta en un análisis crítico de enfoque cualitativo-deductivo con un diseño metodológico etnográfico, utilizando la observación directa y entrevistas como instrumentos de recopilación de datos. Cuyo objetivo general es identificar el uso de las redes sociales en jóvenes y adultos mayores cuencanos, teniendo en cuenta los siguientes objetivos específicos: 1) Determinar las dificultades digitales que tienen los jóvenes y adultos mayores en Facebook; 2. Descubrir el nivel de conocimiento que tienen los jóvenes y adultos mayores en Instagram; 3. Comparar los resultados de jóvenes y adultos mayores cuencanos sobre el uso de WhatsApp. Para llevar a cabo la construcción de las entrevistas se tomó en cuenta las diferencias de edad y conocimiento de la muestra en este estudio para así justificar su objetivo.

En este sentido, se realizaron entrevistas compuestas por 7 preguntas que parten desde las redes sociales como eje general, hacia las específicas que son Facebook, Instagram y WhatsApp. Estas se estructuraron a partir de 2 preguntas generales, para introducir el tema a los participantes, la primera de conocimiento y la segunda de opinión, además de 5 preguntas estructurales y específicas para responder a los objetivos anteriormente planteados, estas tienen la finalidad de determinar el grado de conocimiento, demostrar las diferencias tanto en tiempo como en habilidad y entender los distintos puntos de vista.

De la población cuencana se seleccionó una muestra de 50 personas y se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Con lo que respecta a los instrumentos de recolección de datos, la observación se realizó de forma participativa y estructurada; además, las entrevistas se aplicaron a 25 personas jóvenes, desde la edad de 15 años hasta los 25 y 25 adultos mayores desde los 60 años en adelante. De las 50 entrevistas, 35 se establecieron de forma online o vía telefónica y los 15 restantes de forma presencial, en un determinado tiempo de 6 días desde el 3 de julio hasta el 8 de julio.

Resultados

En esta sección se analizó las respuestas de las entrevistas, obteniendo resultados que reflejan lo siguiente:

Dificultades digitales en la red social Facebook

De los 25 jóvenes entrevistados, se determinó que el 4% no cuenta con esta red social, el otro 8,33% indica que esta aplicación tiene un rango de dificultad intermedio, debido a que Facebook cuenta con muchas herramientas y varias funcionalidades, además recalcan que no tienen buena relación con la tecnología y el 88% restante manifiesta que esta red social no presenta alguna dificultad, pues mencionan que la cotidianidad y costumbre de uso permite tener el conocimiento básico, añadiendo que Facebook tiene herramientas indicadoras, presenta un interfaz amigable y sus actualizaciones sencillas generan espacios a más usuarios.

En lo que se refiere a los adultos mayores, el 36% no tiene Facebook, al 56,25% le resulta difícil operar esta red social pues la utilizan poco tiempo y mencionan que esta aplicación no se adapta a su edad, indicando que sus funcionalidades están destinadas para las personas jóvenes; finalmente, el 7% restante menciona que no les parece difícil, ya que le dedican tiempo a publicar imágenes, revisar comentarios y ver noticias haciendo fácil su uso.

Descubrir el nivel de conocimiento que tienen los jóvenes y adultos mayores en Instagram

Para descubrir el nivel de conocimiento de los jóvenes se analizó que, de los 25 jóvenes entrevistados, 24 tienen la red social de Instagram y un amplio conocimiento sobre esta; mientras que, solo uno no cuenta con esta red social, pero sí comprende el uso de esta red. Asimismo, en los adultos mayores se demostró todo lo contrario, pues de los 25 entrevistados solo 2 personas cuentan con esta aplicación y los 23 restantes no tienen Instagram ni tampoco conocen para qué funciona, ni cómo usarla.

Los jóvenes y adultos mayores mencionaron las diferentes actividades que permite realizar esta red social; por lo que, en la siguiente tabla se detallará los aportes obtenidos.

Tabla 1
Indicadores del nivel de conocimiento de los entrevistados

Entrevistados	Tiene conocimiento	No tiene conocimiento
Jóvenes	<p>Entre los comentarios mencionados, el 100% demuestra tener conocimiento, a través de los siguientes comentarios: “Instagram permite realizar videos, directos, subir y ver fotos personales o de personas famosas, también permite chatear con amigos mediante audios, fotos o mensajes y sobre todo es una aplicación que se usa mucho para crear publicidades y conocer tiendas virtuales”.</p> <p>Y el único entrevistado que no tiene esta red social menciona si conocer qué actividades se pueden realizar en esta.</p>	<p>Todo los entrevistados tienen conocimiento.</p>
Adultos mayores	<p>Es necesario recalcar que el 8% de los participantes tiene un conocimiento limitado, pues indicaron que: “Instagram permite ampliar información y saber de farándula”.</p>	<p>El 92% de los entrevistados indica no tener conocimiento, pues nombran lo siguiente: “No conozco, yo no sé nada de eso, es nuevo para mí, no tengo idea, esas cosas son hechas para la juventud y ni si quiera he escuchado esas cosas”.</p>

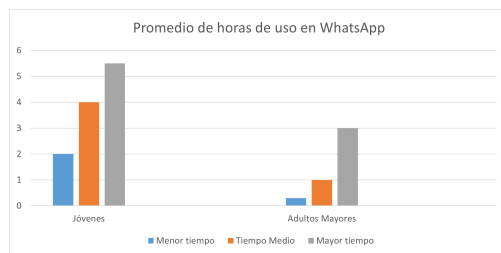
Fuente: Elaboración propia

Comparar los resultados de jóvenes y adultos mayores cuencanos sobre el uso de WhatsApp

En esta parte se comparó los resultados de las 50 personas entrevistadas, obteniendo que el 100% de los jóvenes sí tienen esta aplicación; mientras que, en los adultos mayores el 56% cuenta con esta red social y el 44% no la tiene. Adicionalmente, se analizó el uso que le dan a WhatsApp y se extrajo que lo jóvenes lo utilizan para chatear con amigos o familia, realizar llamadas o videollamadas de forma rápida y sencilla, efectuar actividades laborales y sobre todo académicas; por el contrario, los adultos mayores que sí tienen WhatsApp lo usan para comunicarse con familia cercana al igual que con los que están en otro país y los que no usan, señalaron que no entienden, no saben utilizar y que no les gusta la aplicación.

Se identificó el tiempo que los entrevistados usan WhatsApp, definiendo que el 28% de jóvenes usa un máximo de 2 horas diariamente, el otro 40% utiliza de 3 a 4 horas diariamente y el 32% restante usa más de 4 horas al día; en cambio, de los 14 adultos mayores el 52% usa un rango menor a 1 hora y el 8% utiliza más de 2 horas diariamente. La siguiente figura representa el número de horas que usan la mayoría de jóvenes y adultos mayores.

Figura 1
Representación del promedio de horas que usan la mayoría de jóvenes y adultos mayores en WhatsApp



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

De lo anterior, se puede concluir que existe una evidente desigualdad en el uso de las diferentes aplicaciones por parte de los adultos mayores en comparación a los jóvenes. El análisis de las dificultades digitales en Facebook demuestra que ningún joven presenta problemas al manejarla, mientras que los adultos mayores un 56% presentan complejidad en esta; además, se concluyó que el nivel de conocimiento de los adultos mayores en Instagram es escaso, dado que solo el 8% comprende su funcionalidad y en los jóvenes el 100% demuestra conocer esta aplicación en su totalidad; por último, se comparó que el 100% de jóvenes tiene WhatsApp en sus celulares y que su uso es superior al de los adultos mayores, pues solo el 56% cuenta con esta aplicación, en consecuencia se establece que el uso

de WhatsApp, Facebook e Instagram de los adultos mayores es inferior al de los jóvenes.

Se constata que en este estudio los jóvenes tienen mayores facilidades para usar Facebook, WhatsApp y un amplio conocimiento de Instagram, pero los adultos mayores no. Por lo que, el entorno familiar debe incentivar al adulto mayor a no permanecer en la ignorancia solo por su edad, pues ahora las nuevas tecnologías facilitan la comunicación a distancia, dado que es un fundamento importante; asimismo, los jóvenes necesitan encontrar un equilibrio en el uso de las redes sociales debido a que la frecuencia de uso que tienen debe buscar su beneficio.

Esta investigación presentó algunas limitaciones, primero la falta de documentos sobre las redes sociales en jóvenes y adultos mayores cuencanos, impidió que se usara la documentación como técnica de recolección de datos; también, es necesario recalcar que estas entrevistas fueron realizadas en época de cuarentena por lo que tuvieron que ser aplicadas vía online; este fue un obstáculo debido a que los adultos mayores no podían utilizar con eficiencia este medio, obligándonos a realizar estas entrevistas por vía telefónica y de forma presencial. Del mismo modo, algunas entrevistas se aplicaron a personas de más de 85 años, las cuales no tuvieron la capacidad de responder, pues la edad en este caso sí era un limitante.

Finalmente, para las futuras investigaciones se recomienda que, este estudio sea realizado con un enfoque cuantitativo para obtener resultados con escala de actitudes; a la

par, es necesario ampliar esta investigación a todo el territorio ecuatoriano para conocer los datos de cada región y que estos sean analizados, dependiendo de las zonas rurales como urbanas para así definir si esto representa un cambio.

Bibliografía

- Abendaño-Ramírez, M., Velásquez-Benavides, A., Duque-Rengel, V., & Rodríguez-Castillo, J. (2018). Relación entre el uso de medios sociales de las universidades del Ecuador vs. el consumo de los millennials. <https://bit.ly/2CVD6Y2>
- Admin. (22 de febrero de 2019). Los adultos mayores, un público emergente en las redes sociales [Mensaje en un Blog]. <https://bit.ly/32o6bnV>
- Agudo, S., Pascual, M.A., & Fombona, J. (2012). Usos de las herramientas digitales entre las personas mayores. *Comunicar*, 39(20), 193-201. <http://dx.doi.org/10.3916/C39-2012-03-10>
- Alcolea- Parra, M.A., Barba, D.R., & Fernández, V.N. (2020). El uso corporativo de Instagram en las universidades privadas españolas. Estudio comparativo de 35 universidades. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (47), 109-134. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2020.i47.06>
- Barroso, J., & Aguilar, S. (2016). Las personas mayores y las redes sociales. un análisis de la situación actual. *Aula de Encuentro*, 1(18), 228-250. <https://bit.ly/3hwEks2>
- Cardoso, C., Martin, A., & Saldaño, V. (2017). Los adultos mayores y las redes sociales: analizando experiencias para mejorar la interacción. *Unpa*, 9(2), 1-29. <http://dx.doi.org/10.22305/ict-unpa.v9i2.244>.
- Casado-Riera, C., & Carbonell, X. (2018). La influencia de la personalidad en el uso de Instagram/The influence of personality on Instagram use. *Aloma: Revista de Psicología*,

- Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 36(2). <http://orcid.org/0000-0002-9714-1568>
- Castaño, J., Duart, J., & Sancho-Vinuesa, T. (2015). Determinantes del uso de Internet para el aprendizaje interactivo: un estudio exploratorio. *New approaches in educational research*, 4(1), 25-34. <http://dx.doi.org/10.7821/naer.2015.1.93>
- CENIE (31 de Julio de 2018). Las redes sociales y los adultos mayores [mensaje en un Blog]. <https://bit.ly/34y2yOE>
- Del Barrio-Fernández, Á., & Ruiz-Fernández, I. (2017). Hábitos de uso del Whatsapp por parte de los adolescentes. *Revista Internacional de Psicología del Desarrollo y la Educación*, 2(1), 23-30. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2017.n1.v2.915>
- Giménez-Gualdo, A. M., & Maquilón-Sánchez, J. J., & Arnaiz-Sánchez, P. (2014). Acceso a las tecnologías, rendimiento académico y ciberbullying en escolares de secundaria. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 5(2), 119-133. <https://bit.ly/3hzyEgY>
- Guaña-Moya, J., Quinatoa-Arequipa, E., & Larrea-Torres, L. (2018). Estudio preliminar del uso de las redes sociales en los jóvenes ecuatorianos. *Revista PUCE*, (106), 224-234. <http://dx.doi.org/10.26807/revpuce.v0i106.137>
- Miranda, M., Martín, A., Saldaño, V., & Gaetan, G. (2014). Usabilidad y accesibilidad en las redes sociales, una experiencia de usuarios adultos mayores en Facebook. *UNPA*, 6(2), 118 -140. <http://dx.doi.org/10.22305/ict-unpa.v6i2.98>
- Montes de Oca, V. (2005). *Redes comunitarias, género y envejecimiento*. UNAM.
- Muñoz, F. (2013). Red social para integración de personas de la tercera edad (Tesis de grado). <https://bit.ly/2EyC1Gg>
- Palao-Pedrós, L., & Baez-Devesa, V. (2020). *El futuro crecimiento de las redes sociales: Instagram, Facebook y Tiktok*. Repositorio Institucional de la Universidad de Alincante, 42-47.

- Peral-Peral, B., Arenas-Gaitán, J., & Villarejo-Ramos, A. (2015). From digital divide to psycho-digital divide: Elders and online social networks. *Comunicar*, 23(45), 57-64. doi:10.3916/C45-2015-06
- Rodríguez-Martínez, M.C., Valerio-Ureña, G., Cárdenas-Anaya, C.A., & Herrera-Murillo, D.J. (2016). Percepción y realidad del uso de WhatsApp en estudiantes universitarios de ciencias de la salud. *FEM: Revista de la Fundación Educación Médica*, 19(3), 118-124. <https://bit.ly/3aV142h>
- Rook, K. (2015). Las redes sociales en la tercera edad: sopesando los efectos positivos y negativos para la salud y el bienestar. *Current Directions in Psychological Science*, 24(1), 45-51. <https://bit.ly/2YAiUm9>
- Rubí, M. (29 de marzo de 2019). El uso de las redes sociales en la tercera edad [Mensaje en un Blog]. <https://bit.ly/3b0ajOD>
- Pérez-Sinusía, M., & Cassany-Comas, D. (2018). Escribir y compartir: prácticas escritas e identidad de los adolescentes en Instagram. *Aula de Encuentro*, 20(2), 75-94. <https://dx.doi.org/10.17561/ae.v20i2.5>
- Torres-Toukoumidis, A., & De Santis, A. (2020). *YouTube y la comunicación del siglo XXI*. Ciespal.
- Valerio-Ureña, G., & Serna-Valdivi, R. (2018). Social networks and psychological well-being of college students. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(3), 19-28. <https://dx.doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>