



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y
de la Comunicación

Máster en Comunicación con Fines Sociales.
Estrategias y Campañas

**Brecha Digital en la Tercera Edad:
Impacto en la vida cotidiana**

Autora: Fernanda Dias Ferreira

Tutores: Ángel Carrasco Campos y Ana Sebastián Morillas

Curso: 2024/2025



BRECHA DIGITAL EN LA TERCERA EDAD: IMPACTO EN LA VIDA COTIDIANA

El papel de **Cruz Roja** en la
alfabetización digital en **Segovia**

AGRADECIMIENTOS

"Dios no puede inspirar deseos irrealizables."

Santa Teresita del Niño Jesús

Este sueño solo fue posible porque Dios me lo ha regalado, por eso no puedo dejar de agradecerle: **gracias, Dios, por todo lo que viví aquí en España.**

En el camino, encontré a personas que fueron esenciales para que este proyecto fuera posible. En primer lugar, agradezco a mis tutores, Àngel y Ana, por haber sido grandes guías a lo largo de esta etapa de construcción de mi investigación. Sus experiencias fueron fundamentales. ¡Los admiro mucho!

Al profesorado de este Máster en Comunicación con Fines Sociales, gracias por recordarnos que el cambio empieza en lo pequeño, en cada gesto, en cada enseñanza, y que mirar al mundo con responsabilidad también es un acto de amor.

No podría dejar de agradecer a todo el equipo profesional del área de Personas Mayores de Cruz Roja Segovia, a los voluntarios y, muy especialmente, a las personas mayores que participaron en los talleres y compartieron conmigo sus historias, sus risas y su tiempo. ¡Este trabajo tiene sentido gracias a ustedes!

Por último, gracias a mi familia por su amor, por creer en mí y por sostenerme desde la distancia. Y a mis amigos y amigas: a los de siempre, que siguen a mi lado, y a quienes conocí aquí, en este hermoso trayecto de aprendizaje.

Dedico todo mi tiempo y esfuerzo a mis mayores inspiraciones: mi madre y mi padre, la señora Maria Helena y el señor Nelito. ¡Gracias por estar siempre conmigo!

RESUMEN

El mundo es cada vez más digital, pero ¿todos están aprovechando los recursos tecnológicos de la misma manera? Envejecer sin saber utilizar el teléfono móvil, las aplicaciones o la tecnología en general puede significar sentirse excluido de la sociedad, ver comprometidos ciertos derechos, tener dificultades para acceder a servicios esenciales y perder vínculos sociales. Desafortunadamente, el avance de las tecnologías ha traído barreras cotidianas que muchas personas mayores enfrentan, impidiéndoles participar plenamente en el mundo digital.

Esta investigación nace del deseo de comprender, desde una perspectiva crítica, reflexiva y humana, cómo viven las personas que no nacieron en una época marcada por la presencia de pantallas, internet o teléfonos móviles.

Con un enfoque metodológico de investigación cualitativa, este estudio reúne experiencias, desafíos y testimonios de personas mayores que viven en la provincia de Segovia, en España. Para ello, se analizaron los proyectos existentes de Cruz Roja que responden a la necesidad de alfabetización digital y acompañamiento tecnológico dirigido a este público específico.

A través del análisis de buenas prácticas, de acciones intergeneracionales y de campañas de comunicación a nivel local e internacional, fue posible identificar caminos replicables para promover una inclusión más justa en Segovia. Lejos de centrarse únicamente en la problemática de la brecha digital, este trabajo también propone un plan de comunicación con propósito social, capaz de empoderar a las personas mayores y sensibilizar a la sociedad sobre un tema tan relevante en la actualidad.

Palabras clave: personas mayores, brecha digital, alfabetización digital, inclusión social, estrategias de comunicación, intergeneracionalidad, Cruz Roja

RESUMO

O mundo está cada vez mais digital, mas será que todos estão aproveitando os recursos tecnológicos da mesma forma? Envelhecer sem saber utilizar o celular, os aplicativos ou a tecnologia em geral pode significar sentir-se excluído da sociedade, ter direitos comprometidos, enfrentar dificuldades para acessar serviços essenciais e perder vínculos sociais. Infelizmente, o avanço das tecnologias trouxe barreiras cotidianas que muitos idosos enfrentam, impedindo-os de participar plenamente do mundo digital.

Esta pesquisa nasce do desejo de compreender, a partir de uma perspectiva crítica, reflexiva e humana, como vivem as pessoas que não nasceram em uma era marcada pela presença de telas, internet ou celulares.

Com enfoque em uma metodologia investigativa qualitativa, este estudo reúne experiências, desafios e relatos de idosos que vivem na província de Segóvia, na Espanha. Para isso, foram analisados os projetos existentes da Cruz Vermelha que respondem à necessidade de alfabetização digital e acompanhamento tecnológico voltados a esse público específico.

Por meio da análise de boas práticas, de ações intergeracionais e de campanhas de comunicação em nível local e internacional, foi possível identificar caminhos replicáveis para promover uma inclusão mais justa em Segóvia. Longe de se limitar à problemática da brecha digital, este trabalho também propõe um plano de comunicação com propósito social, capaz de empoderar os idosos e sensibilizar a sociedade sobre um tema tão importante na atualidade.

Palavras-chave: idosos, exclusão digital, alfabetização digital, inclusão social, estratégias de comunicação, conexão entre gerações, Cruz Vermelha

ABSTRACT

The world is becoming increasingly digital, but is everyone benefiting equally from technological resources? Growing older without knowing how to use mobile phones, apps, or technology in general can mean feeling excluded from society, facing compromised rights, difficulties in accessing essential services, and losing social connections. Unfortunately, technological advancements have introduced everyday barriers that many older adults face, preventing them from fully participating in the digital world.

This research stems from the desire to understand, from a critical, reflective, and human perspective, how people live who were not born in an era marked by the presence of screens, the internet, or mobile phones.

With a qualitative research methodology, this study gathers experiences, challenges, and testimonies from older adults living in the province of Segovia, Spain. To this end, existing projects from the Red Cross that address the need for digital literacy and technological support for this specific population were analyzed.

Through the analysis of best practices, intergenerational actions, and communication campaigns at both local and international levels, it was possible to identify replicable paths toward promoting a fairer model of inclusion in Segovia. Far from focusing solely on the issue of the digital divide, this work also proposes a communication plan with a social purpose, one that empowers older adults and raises awareness across society about this increasingly relevant issue.

Keywords: older adults, digital divide, digital literacy, social inclusion, communication strategies, intergenerationality, Red Cross

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	12
ÍNDICE DE TABLAS.....	13
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	15
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	18
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	24
2.1. Concepto de Brecha Digital.....	25
2.2. Brecha Digital en personas mayores.....	29
2.3. Envejecimiento y brecha digital en España, Castilla y León y Segovia.....	32
2.4. Infraestructura y cobertura de internet en España y Castilla y León.....	38
2.5. La Teoría de la Difusión de Innovaciones aplicada al uso de tecnologías digitales en personas mayores.....	42
CAPÍTULO 3: OBJETIVOS Y MARCO METODOLÓGICO.....	45
3.1. Objetivos y preguntas de investigación.....	46
3.1.1. Objetivos específicos.....	47
3.2. Posibles hipótesis.....	49
3.3. Población objeto de estudio.....	52
3.4. Diseño metodológico.....	52
3.4.1. Observación directa participante de los programas.....	54
3.4.2. Seguimiento telefónico en el programa de las Alexas.....	58
3.4.3. Entrevistas individuales semiestructuradas a profesionales.....	59
3.4.4. Entrevistas grupales con personas mayores.....	60
CAPÍTULO 4: MARCOS REGULATORIOS, POLÍTICAS PÚBLICAS Y BUENAS PRÁCTICAS.....	66
4.1. Marcos y políticas de alcance internacional.....	67
4.2. Marcos y políticas en la Unión Europea.....	71
4.3. Políticas públicas e iniciativas para reducir la brecha digital en España.....	73
4.4. Marcos y políticas en Castilla y León.....	76
4.5. Buenas prácticas globales en comunicación para la inclusión digital de personas mayores.....	80
4.5.1. Campaña: Soñar mi propia vida – Fundación Pilares.....	86
4.5.2. Campaña: “¡Plántale cara a la brecha digital!” – Fundación Pilares.....	87
4.5.3. Campaña: Trailer Voluntariado y Mayores – Cyber Seniors.....	89
4.5.4. Iniciativa “Generations on Line” – Tutoriales digitales para mayores.....	91
4.5.5. Campaña: “Conselhos de Vó” – Banco Itaú Brasil.....	92

CAPÍTULO 5: CASO DE ESTUDIO: CRUZ ROJA.....	94
5.1. Quién es Cruz Roja y su impacto social.....	95
5.2. Programas actuales de Cruz Roja dirigidos a mayores en Segovia.....	96
5.3. Estrategias comunicativas de Cruz Roja.....	98
5.3.1. Análisis de la comunicación digital de Cruz Roja Segovia sobre la brecha digital.....	100
5.3.2. Acciones comunicativas de alcance mundial: estudio de dos campañas de Cruz Roja.....	103
5.4. Análisis DAFO de Cruz Roja Española frente a la brecha digital en personas mayores.....	106
CAPÍTULO 6: ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	110
6.1. Análisis de las entrevistas grupales con personas mayores.....	111
6.1.1. Relación emocional con la tecnología.....	111
6.1.2. Uso de la tecnología en la comunicación.....	113
6.1.3. Adaptación y aprendizaje tecnológico.....	114
6.1.4. Desafíos y barreras en la adopción del uso móvil.....	116
6.1.5. Apoyo familiar y soporte intergeneracional.....	118
6.1.6. Tecnología en el ámbito de la salud.....	119
6.1.7. Operaciones bancarias y exclusión digital.....	121
6.1.8. Usos más comunes del teléfono móvil.....	123
6.1.9. Propuestas y recomendaciones de las personas mayores.....	124
6.1.10. Discusión e interpretación de los resultados	126
6.2. Observación del taller de alfabetización digital.....	129
6.2.1. Discusión e interpretación de los hallazgos.....	132
6.3. Observación del programa de asistentes de voz.....	134
6.3.1. Discusión e interpretación de los hallazgos.....	138
6.4. Análisis de las entrevistas individuales con los profesionales.....	140
6.4.1. Barreras técnicas y estructurales (zona rural, acceso, habilidades).....	141
6.4.2. Limitaciones institucionales (recursos, voluntarios y formación).....	142
6.4.3. Impacto positivo de la tecnología en la vida diaria.....	145
6.4.4. Importancia del acompañamiento y la red de apoyo.....	147
6.4.5. Uso de la tecnología según los intereses personales.....	148
6.4.6. Miedo, rechazo y desconfianza hacia la tecnología.....	149
6.4.7. Predominio femenino en la participación digital.....	150
6.4.8. Sugerencias para mejorar la inclusión digital.....	151
6.4.9. Discusión e interpretación de los resultados.....	153
6.5. Balance general del proceso de análisis de la investigación	157
CAPÍTULO 7: PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN: ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS.....	160
7.1. Objetivos del plan de comunicación.....	161
7.2. Público objetivo para las comunicaciones.....	162
7.3. Estrategia general de comunicación.....	164

7.4. Líneas de acción y tácticas comunicativas.....	169
7.4.1. Línea de acción 1: Programa intergeneracional.....	169
7.4.2. Línea de acción 2: Píldoras audiovisuales.....	172
7.5. Identidad discursiva y estilo comunicativo.....	175
7.5.1. La voz y el tono comunicativo de la campaña.....	175
7.5.2. Mensajes, insight y estilo comunicativo de la campaña.....	176
7.6. Piezas y materiales de comunicación.....	180
7.6.1. Publicaciones en redes sociales para la captación de voluntariado joven.....	180
7.6.2. Acción urbana para la captación de jóvenes voluntarios.....	181
7.6.3. Carteles publicitarios para la captación de personas mayores.....	183
7.6.4. Publireportaje en medios locales para la captación de personas mayores y de voluntarios.....	184
7.6.5. Píldora audiovisual para la campaña “Metí la pata. ¿Y qué?”.....	186
7.7. Cronograma de implementación.....	187
CAPÍTULO 8: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	190
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	198
ANEXOS.....	210
Anexo 1: Guión de entrevistas telefónicas a personas mayores usuarias de Alexa.....	210
Anexo 2: Guión de entrevistas individuales a profesional de Cruz Roja Segovia.....	211
Anexo 3: Transcripciones de entrevistas individuales a profesionales de Cruz Roja Segovia.....	213
Anexo 4: Guión de entrevistas grupales con personas mayores.....	213
Anexo 5: Transcripciones de entrevistas grupales con personas mayores.....	215
Anexo 6: Episodio piloto de la campaña audiovisual “Metí la pata. ¿Y qué?”.....	215

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representación visual del trayecto simbólico entre Brasil y España	22
Figura 2: Tipos de brecha digital: acceso, uso e impacto	27
Figura 3: Comparación del acceso semanal a Internet en personas mayores (65+) en España y Castilla y León	34
Figura 4: Actividades digitales más comunes entre personas mayores de 65 años en España	38
Figura 5: Cobertura 5G agregada (NSA + SA) en España en 2024, con destaque para Castilla y León	40
Figura 6: Objetivos de la investigación sobre brecha digital en personas mayores	47
Figura 7: Grupo 01 - Distribución por edad y nivel educativo (Segovia, 2025)	62
Figura 8: Grupo 02 - Distribución por edad y nivel educativo (Segovia, 2025)	63
Figura 9: Representación visual de los Objetivos de Desarrollo Sostenible	69
Figura 10: Campaña "Soy mayor, no idiota": acceso inclusivo a servicios digitales	75
Figura 11: Ejes de la Estrategia para el envejecimiento activo y saludable (2025)	78
Figura 12: Programa CYL Digital: formación tecnológica en Castilla y León	79
Figura 13: Campaña "Soñar mi propia vida" – Fundación Pilares	86
Figura 14: Campaña "¡Plántale cara a la brecha digital!" – Fundación Pilares	88
Figura 15: Campaña "Cyber Seniors Trailer" – aprendizaje digital intergeneracional	90
Figura 16: Campaña "#ConselhosDeVó" – conversación entre generaciones	93
Figura 17: Carteles informativos de Cruz Roja anunciando campañas dirigidas a personas mayores	99
Figura 18: Carteles informativos de Cruz Roja anunciando talleres de uso del móvil dirigidos a personas mayores	100

Figura 19: Publicación en redes sociales sobre el proyecto “Voces en Red” de Cruz Roja Segovia	101
Figura 20: Publicaciones en redes sociales dirigidas al público de personas mayores en Cruz Roja Segovia	102
Figura 21: Banner de la campaña “Agente de Inclusión Digital – Toma já o teu lugar”, lanzada por la Cruz Roja Portuguesa	104
Figura 22: Visual principal de la campaña “Lend a Hand for Humanity”, de Cruz Roja de Singapur, con enfoque emocional en el acompañamiento a personas mayores	105
Figura 23: Taller de alfabetización digital para personas mayores en Cruz Roja Segovia (2025)	130
Figura 24: Programa Voces en Red con dispositivos de voz (Alexa), dirigido a personas mayores de Cruz Roja Segovia (2025)	135
Figura 25: Resumen ilustrativo del público objetivo de la campaña dividido en tres perfiles principales	164
Figura 26: Logotipo de la iniciativa intergeneracional “Conectad@s en casa”	170
Figura 27: Logotipo del programa audiovisual “Metí la pata. ¿Y qué?”	173
Figura 28: Ejemplos de publicaciones para redes sociales con el objetivo de atraer a voluntarios jóvenes	181
Figura 29: Ejemplos de carteles para la acción urbana, con el objetivo de captar a jóvenes voluntarios	182
Figura 30: Ejemplo de cartel personalizado para entornos específicos, con el objetivo de atraer a jóvenes voluntarios.....	183
Figura 31: Ejemplos de carteles para captar a personas mayores interesadas	184
Figura 32: Ejemplo de publisreportaje del programa Conectad@s en Casa	185
Figura 33: Mockups del episodio piloto de la campaña “Metí la pata. ¿Y qué?”	187
Figura 34: Cronograma visual de implementación del plan de comunicación	188

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: El uso de tecnologías digitales en personas mayores de 75 años o más en España y Castilla y León (2022)	20
Gráfico 2: Índice de envejecimiento en Castilla y León (2000-2024)	33
Gráfico 3: Comparación del acceso semanal a Internet en personas mayores (65+) en España, Castilla y León y Segovia	35
Gráfico 4: Evolución de la cobertura de las redes móviles 5G entre junio de 2021 y junio de 2024, en zonas rurales y a nivel nacional	41
Gráfico 5: Mayores según frecuencia de uso de Internet (2021). Porcentaje sobre el total de mayores de 75 años	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Relación entre objetivos específicos, preguntas de investigación e hipótesis	51
Tabla 2: Fase 1 - Resumen metodológico de las técnicas aplicadas en la investigación	53
Tabla 3: Fase 2 - Resumen metodológico de las técnicas aplicadas en la investigación	54
Tabla 4: Análisis comparativo de campañas internacionales de inclusión digital	82
Tabla 5: Análisis DAFO de Cruz Roja Española en relación con la inclusión digital de personas mayores	106
Tabla 6: Relación entre el análisis DAFO y las hipótesis de esta investigación	108
Tabla 7: Síntesis de resultados de entrevistas grupales: relación con hipótesis, objetivos y conceptos clave	126
Tabla 8: Principales hallazgos de la observación del taller, interpretados con los conceptos del marco teórico	133
Tabla 9: Usos, barreras y percepciones del dispositivo Alexa según personas mayores usuarias del programa en Segovia (2025)	136
Tabla 10: Síntesis de hallazgos de la observación del programa de asistentes de voz (Alexa)	139
Tabla 11: Resumen de los principales hallazgos abordados en las entrevistas con profesionales de Cruz Roja Segovia (2025)	141
Tabla 12: Síntesis de hallazgos a partir de las entrevistas con profesionales de Cruz Roja Segovia	153
Tabla 13: Síntesis general del análisis cualitativo: hallazgos y factores clave en la apropiación digital de las personas mayores	159
Tabla 14: Relación entre la primera estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación	165

Tabla 15: Relación entre la segunda estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación	166
Tabla 16: Relación entre la tercera estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación	167
Tabla 17: Relación entre la cuarta estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación	168
Tabla 18: Tonos y estilos comunicativos según canal y público objetivo	176
Tabla 19: Público objetivo, objetivos de comunicación y mensajes clave	177
Tabla 20: Insights emocionales e imagen comunicacional por público objetivo	178

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Accesibilidad. Se define como tener acceso igualitario a oportunidades, alcance y también comprensión de herramientas, utilizando de manera autónoma y segura.

Acompañamiento digital. Apoyo continuo a personas mayores durante su proceso de aprendizaje tecnológico, generalmente ofrecido por sus familiares o voluntarios de instituciones como Cruz Roja.

Alfabetización digital. Proceso de aprendizaje para adquirir competencias básicas para el uso autónomo de medios digitales y herramientas tecnológicas.

Alfabetización mediática. Proceso de aprendizaje en que las personas mayores comprenden y utilizan de manera autónoma los medios de comunicación y contenidos digitales.

Autoeficacia digital. El sentimiento de capacidad que una persona tiene al aprender a utilizar herramientas tecnológicas de forma autónoma.

Autoestima tecnológica. Grado de confianza y seguridad emocional que una persona experimenta al interactuar con tecnologías.

Brecha de acceso. Limitación o carencia material que impide acceder a dispositivos o a una conexión estable a internet.

Brecha de motivación. Falta de interés o percepción de utilidad que impide a las personas involucrarse con las tecnologías digitales.

Brecha de uso. Dificultad para utilizar de manera eficaz las tecnologías digitales, incluso cuando se tiene acceso a ellas.

Brecha digital. Exclusión digital provocada por desigualdades, como en el acceso, uso o aprovechamiento de las tecnologías, a menudo relacionadas a factores socioeconómicos, culturales, generacionales o geográficos.

Brecha digital gris. Forma de exclusión digital que afecta especialmente a personas mayores, caracterizada por un uso limitado o inseguro de las tecnologías.

Ciudadanía digital. Capacidad de participar plena y responsablemente en la sociedad digital, ejerciendo derechos y deberes a través de las tecnologías.

Control parental inverso. Adaptación de dispositivos digitales para simplificar su uso por parte de personas mayores, lo opuesto al control parental tradicional.

Diseño centrado en el usuario. Desarrollo de estrategias que priorizan las necesidades, expectativas y capacidades del usuario final.

Diseño inclusivo. Desarrollo de productos o servicios que consideran las necesidades de las personas, incluidas aquellas con limitaciones físicas, cognitivas o sociales.

Empoderamiento digital. Proceso por el cual las personas adquieren confianza, habilidades y autonomía para utilizar la tecnología en beneficio de su bienestar.

Exclusión digital múltiple. Limitación acumulada en el acceso y uso de tecnologías digitales, causada por factores como edad avanzada, aislamiento geográfico y baja densidad poblacional.

Interfaz intuitiva. Aplicaciones y herramientas tecnológicas con diseño digital fácil de comprender y utilizar, pensado para usuarios con poca experiencia en el manejo de la tecnología.

Intergeneracional. Son las relaciones entre dos o más generaciones, basadas en el intercambio de conocimientos y la generación de aprendizajes mutuos.

Lenguaje simbólico digital. Conjunto de íconos, emojis y señales visuales presentes en entornos digitales que pueden no ser evidentes para personas mayores.

Pedagogía del error. Enfoque educativo que valora el error como parte natural del proceso de aprendizaje, generando un ambiente sin juicio.

Red de apoyo. Conjunto de personas o instituciones que colaboran en la inclusión digital de personas mayores.

Sensibilización familiar. Estrategias para concienciar a familiares sobre su papel clave en el aprendizaje digital de las personas mayores.

Taller de móvil. Espacio formativo orientado a enseñar a personas mayores a utilizar teléfonos móviles y aplicaciones básicas.

Tecnología asistiva. Conjunto de herramientas tecnológicas diseñadas para compensar o mejorar las capacidades funcionales de personas con alguna limitación o dependencia.

Tecnología significativa. Utilizar la tecnología motivado por intereses personales que generan beneficios, como facilitar el contacto con la familia.

TIC. Sigla de *Tecnologías de la Información y la Comunicación*, utilizada para referirse al conjunto de herramientas y programas tecnológicos, como computadoras, internet, teléfonos móviles y plataformas digitales.

Usabilidad. Facilidad con la que un producto digital puede ser utilizado por personas para alcanzar sus objetivos de forma eficiente y satisfactoria.

Zonas blancas. Áreas geográficas sin cobertura de internet o servicios digitales básicos.

Zonas grises. Áreas en que la cobertura de internet es limitada, inestable o de baja calidad, presentando condiciones que afectan la inclusión digital, especialmente en poblaciones rurales.

CAPÍTULO 1:

INTRODUCCIÓN

*“No sé utilizar internet y
me cobran por gestionarlo en la ventanilla.”
Antena 3, 2025*

Estamos viviendo en una era de constante transformación digital, en la que la tecnología cambia profundamente nuestra vida cotidiana. Todos los días surge una nueva aplicación, herramienta, actualización o trámite que solo pueden realizarse en línea. Hoy existen aplicaciones de transporte, banca digital, tiendas en línea, redes sociales y, sobre todo, plataformas de gestión de salud. Mientras que las generaciones jóvenes se adaptan con facilidad a estos avances, para las personas mayores este proceso es más desafiante.

Actualmente enfrentamos una forma de exclusión social que puede pasar desapercibida, pero que constituye una de las formas más preocupantes: la brecha digital. Esta desigualdad se manifiesta en el acceso limitado de cobertura, el uso restringido de aparatos tecnológicos o la falta de competencias digitales. Pensando en el colectivo de las personas mayores, la tecnología representa un gran desafío, ya que su uso resulta cada vez más complejo, especialmente porque la inteligencia adaptativa tiende a disminuir con la edad.

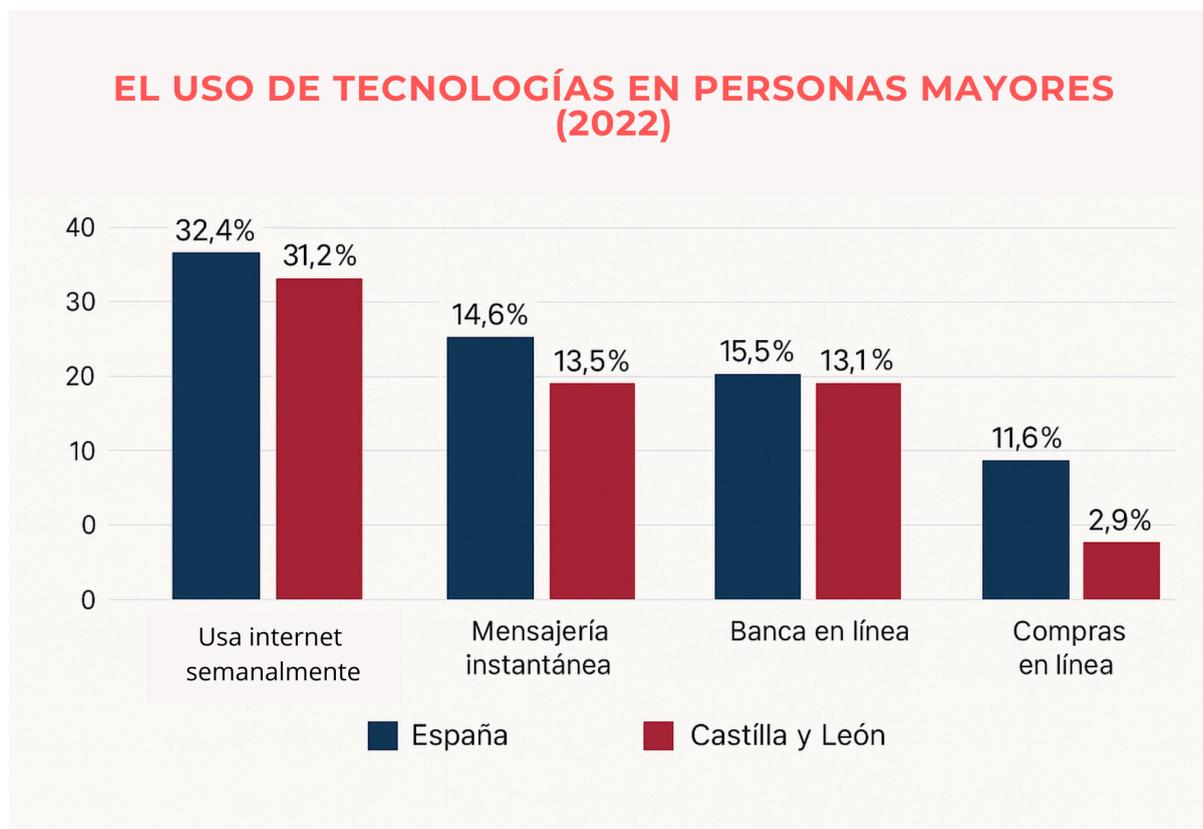
En España, el envejecimiento demográfico alcanzó en 2024 su nivel más alto registrado, con un índice nacional del 142,3%. La comunidad de Castilla y León está entre las tres regiones más envejecidas del país, con un índice del 223,8%, dentro de esta comunidad, Segovia presenta un índice de envejecimiento de 178% (El Español, 2025). Por tanto, se trata de una región que presenta un escenario de envejecimiento demográfico, además de contar con zonas de baja cobertura de internet, lo que agrava la exclusión digital entre las personas mayores.

A pesar de los avances en conectividad e innovación tecnológica, una parte importante de la población envejecida sigue encontrando barreras para incorporarse plenamente a la vida digital, lo que repercute en su participación ciudadana, su acceso a derechos y su calidad de vida.

Es importante comprender con mayor profundidad el acceso y el uso de la tecnología por parte del público de interés de esta investigación, especialmente al analizar los datos comparativos entre España y la comunidad de Castilla y León.

En el [Gráfico 1](#) se presentan los porcentajes de uso de distintas herramientas digitales entre personas de 75 años o más (Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad, 2023).

Gráfico 1: El uso de tecnologías digitales en personas mayores de 75 años o más en España y Castilla y León (2022).



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con los datos del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI, 2023). El uso de las tecnologías en personas mayores - 2022.

Por tanto, esta investigación se llevará a cabo en la provincia de Segovia, que, según datos del Instituto Nacional de Estadística (2025), al 1 de abril de 2025, contaba con una población de 158.227 habitantes. De ese total, aproximadamente el 19,67% corresponde a personas entre 65 y 85 años, colectivo que constituye el objeto de estudio de este trabajo. El análisis se centra en comprender cómo este grupo se relaciona con las tecnologías de la información, prestando especial atención a su integración en la vida diaria, a partir de un enfoque cualitativo que permita captar su experiencia en este contexto específico.

La exclusión se manifiesta en situaciones cotidianas de las personas mayores, por ejemplo, Ángela es una mujer de 78 años, que resume con claridad su situación al afirmar: *“No sé utilizar internet y me cobran por gestionarlo en la ventanilla”* (Antena 3, 2025). A través de su sinceridad, vemos cómo la digitalización obligatoria de ciertos servicios puede resultar en una exclusión práctica, donde quienes no manejan las herramientas digitales deben asumir costes económicos o renunciar a su autonomía. Esta realidad refuerza la necesidad de políticas que garanticen una transición digital verdaderamente inclusiva para toda la sociedad.

Como hija conviviente con padres mayores en Brasil, de 71 y 75 años, acompañé de cerca cómo la tecnología puede, por un lado, facilitar la rutina diaria, pero también generar sentimientos de incapacidad, exclusión y, en ocasiones, complicar la vida cotidiana de quienes no crecieron con ella. Vi a mi padre, taxista, adaptarse primero al uso de datáfonos y, más tarde, a las aplicaciones móviles de transporte. En el caso de mi madre, en múltiples ocasiones tuve que ayudarla a realizar gestiones bancarias o relacionadas con la salud a través de internet. Fueron esas escenas cotidianas, tan íntimas y tan reales, las que despertaron en mí un profundo interés por analizar cómo envejecen las personas en un mundo cada vez más digital, desde una perspectiva crítica y humana.

Lo más interesante ha sido comprobar, durante estos meses de investigación en España, que las personas mayores aquí atraviesan desafíos muy similares. Nuestros países están separados por un océano y miles de kilómetros (ver [Figura 1](#)), pero comparten problemas estructurales casi idénticos cuando se trata de acceso y uso de las tecnologías por parte de este colectivo. Esta cercanía, a pesar de la distancia, refuerza la necesidad de abordar el envejecimiento digital como un fenómeno global, que interpela a distintas sociedades.

Ante esta realidad, resulta urgente analizar no sólo los factores estructurales y culturales que configuran esta exclusión, sino también las estrategias que se están desarrollando para revertirla. Organizaciones como Cruz Roja Segovia desempeñan un papel clave en este proceso, mediante programas de alfabetización digital, acompañamiento personalizado y distribución de tecnologías accesibles, contribuyendo a reducir brechas y fortalecer la autonomía del colectivo mayor.

Figura 1: Representación visual del trayecto simbólico entre Brasil y España.



Fuente: *Elaboración propia de acuerdo con el Mapa Mundial.*

Con la mirada puesta en el futuro, espero poder contribuir más activamente con este colectivo, que a menudo se siente olvidado por la sociedad. Me gustaría aplicar lo aprendido en este trabajo al contexto brasileño, colaborando, quizás, en el fortalecimiento de los programas existentes en la Cruz Roja Brasileña, en mi ciudad, São Paulo, y acompañar a otras familias como la mía en este proceso de aprendizaje compartido y transformador.

En coherencia con lo anterior, el objetivo principal de esta investigación es explorar las barreras que enfrentan las personas mayores al incorporar tecnologías digitales en su vida cotidiana, así como analizar las iniciativas implementadas por Cruz Roja en Segovia para promover una inclusión digital más equitativa.

Para ello, se adopta un enfoque metodológico cualitativo que incluye observación participante en un taller, seguimiento telefónico de un programa de asistentes de voz y entrevistas con profesionales y personas mayores. Este trabajo de campo permitió aproximarse de manera integral a las percepciones, prácticas y barreras que configuran la relación de este colectivo con las tecnologías de la información.

En definitiva, este trabajo no solo responde a una inquietud personal, sino que también representa una oportunidad para consolidar los aprendizajes adquiridos en el Máster en Comunicación con Fines Sociales, aplicando de manera práctica los conocimientos impartidos en asignaturas clave como planificación estratégica de campañas, comunicación para el cambio social, estudio de procesos psicosociales vinculados a la adaptación tecnológica, así como la comprensión de los estilos de vida y los movimientos sociales que inciden en las personas mayores.

Asimismo, se llevó a cabo el análisis de buenas prácticas (tanto nacionales como internacionales) con el objetivo de identificar elementos replicables y proponer recomendaciones que favorezcan un envejecimiento más activo, conectado y equitativo.

La colaboración directa con Cruz Roja en Segovia, que impulsa programas de alfabetización digital dirigidos a este grupo poblacional, reforzó el enfoque práctico, participativo y comunitario del proyecto, permitiendo el desarrollo de estrategias comunicativas coherentes, sensibles y orientadas a la transformación social.

Tal y como se desarrollará en los capítulos siguientes, el estudio parte de un marco teórico que aborda las distintas dimensiones de la brecha digital (acceso, uso e impacto), y se articula en torno a tres ejes fundamentales: la comprensión de los desafíos del colectivo, el análisis de estrategias institucionales y comunicativas, y el diseño de propuestas que promuevan la alfabetización digital y el empoderamiento tecnológico.

A lo largo del trabajo, se busca no solo aportar conocimiento académico, sino también contribuir a una reflexión crítica sobre las políticas y proponer acciones necesarias para garantizar una transformación digital verdaderamente inclusiva.

CAPÍTULO 2:

MARCO TEÓRICO

*“Los mayores no rechazan la tecnología,
rechazan sentirse inútiles.”
Selwyn, 2004.*

2.1. Concepto de Brecha Digital

El concepto de **brecha digital** comenzó a definirse a finales de los años noventa, cuando Internet adquirió un papel fundamental en la vida cotidiana. Este cambio fue impulsado por informes de la administración estadounidense que alertaban sobre la creciente desigualdad entre las personas “conectadas” y “desconectadas”, lo que generaba una exclusión dentro de la sociedad del conocimiento (Cabero Almenara et al., 2000; Hoffman et al., 2001; Norris, 2001). Con el tiempo, esta perspectiva inicial evolucionó hacia una visión más compleja, que trasciende el simple concepto de acceso o falta de acceso a Internet.

La brecha digital no se limita únicamente al acceso a la tecnología, dispositivos o conectividad, sino que refleja la capacidad de las personas para utilizar las tecnologías de forma efectiva y transformar ese uso en beneficios concretos, como señalan Van Deursen y Van Dijk (2019):

La desigualdad en el acceso a las tecnologías digitales no es simplemente una cuestión de tener o no tener una conexión. Existen múltiples capas en esta brecha, que incluyen las motivaciones para usar la tecnología, la posesión material de dispositivos, las habilidades necesarias para operarlos y la forma en que se utilizan para obtener beneficios sociales, culturales y económicos. Las personas con menos capital social, cultural o económico no sólo enfrentan barreras para acceder a la tecnología, sino que también tienden a obtener menos ventajas de su uso, lo que perpetúa las desigualdades existentes.

(p. 24)

Las **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)** abarcan el conjunto de herramientas, recursos y sistemas tecnológicos que permiten la gestión, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información a través de medios digitales. Este concepto fue acuñado por Simon Nora y Alain Minc (1978) en su informe para el gobierno francés titulado *L'informatisation de la société*, donde anticipaban el papel central que jugarían las tecnologías digitales en la transformación económica y social del mundo contemporáneo. En su visión pionera, afirmaban:

Las tecnologías de la información no son simplemente un conjunto de herramientas, sino una estructura de organización de la sociedad misma. Constituyen la base de una nueva economía y de nuevas relaciones sociales, centradas en el intercambio de datos y el acceso al conocimiento. (p. 14)

Desde entonces, las TIC han evolucionado para incluir computadoras, redes, internet, teléfonos móviles, plataformas digitales y aplicaciones que transforman la comunicación interpersonal, los servicios públicos, la educación y la participación ciudadana. A pesar de la expansión global de las TIC, la pregunta clave persiste: ¿por qué la brecha digital sigue siendo un problema?

La respuesta reside en el hecho de que el acceso, por sí solo, no garantiza la inclusión. Disponer de dispositivos o conexión no equivale a saber utilizarlos ni mucho menos a beneficiarse plenamente de sus posibilidades. Como destacan DiMaggio y Hargittai (2001), es necesario distinguir entre acceso físico, habilidades digitales y usos significativos de las TIC, dando paso a una noción más amplia: la desigualdad digital.

Para abordar esta problemática con mayor profundidad, es útil considerar que la brecha digital puede analizarse desde tres dimensiones complementarias. En este sentido, autores como Van Deursen y Van Dijk (2019), Helsper (2012) y Selwyn (2004) señalan la existencia de:

- **La brecha de acceso** se refiere a la desigualdad en la calidad de los dispositivos tecnológicos y de las conexiones a internet.
- **La brecha de uso** se refiere a las dificultades que pueden enfrentar incluso quienes tienen acceso a la tecnología para utilizarla de manera efectiva, especialmente debido a la falta de competencias digitales.
- **La brecha de impacto** aborda la capacidad desigual de los usuarios para traducir el uso de las TIC en beneficios concretos, como el acceso a servicios públicos, atención médica, participación ciudadana o el bienestar personal.

Estas tres dimensiones se presentan de manera esquemática en la [Figura 2](#), que resume visualmente los distintos niveles de la brecha digital y su relación con factores estructurales y sociales.

Figura 2: Tipos de brecha digital: acceso, uso e impacto.



Fuente: *Elaboración propia a partir de los conceptos de Van Dijk (2019), Helsper (2012) y Selwyn (2004).*

Esta triple perspectiva permite comprender la complejidad del problema y enfatiza la importancia de una transformación social que se base en la sensibilidad intergeneracional, la accesibilidad, la alfabetización digital y el compromiso institucional.

Diversos estudios indican que ciertos grupos sociales, como las personas mayores, los residentes en zonas rurales, aquellos con bajo nivel educativo o en situación socioeconómica vulnerable, enfrentan barreras específicas que dificultan su plena participación en la sociedad digital. En el caso español, investigaciones recientes han demostrado que la posesión de dispositivos tecnológicos adecuados y una conexión de calidad está fuertemente condicionada por variables como el modelo de hogar, la formación de la persona de referencia y los ingresos mensuales del domicilio. Sin embargo, incluso con acceso material a las TIC, no siempre están garantizadas las competencias necesarias para un uso significativo y autónomo,

especialmente entre la población mayor (Sánchez Galán y Carrasco Campos, 2022).

Este enfoque más amplio cobra especial relevancia en el marco de la Declaración Europea sobre los Derechos y Principios Digitales para la Década Digital, que establece que “La tecnología debe utilizarse para unir a las personas, no para dividir las. La transformación digital debería contribuir a una sociedad y una economía equitativas e inclusivas en la UE” (Unión Europea, 2023, p. 4). Esta afirmación refuerza la idea de que la digitalización debe orientarse hacia el bienestar colectivo y no hacia la reproducción de desigualdades preexistentes.

Por lo tanto, al analizar qué grupos se encuentran más excluidos del entorno digital, es imprescindible considerar sus perfiles sociodemográficos. Numerosos estudios han demostrado que factores como el género, el nivel educativo, el lugar de residencia, la ocupación y, especialmente, la edad, influyen de forma decisiva en las desigualdades de acceso, uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales (Robinson et al., 2015; Helsper, 2012; Friemel, 2016). Estas variables actúan de manera interrelacionada y configuran diferentes grados de vulnerabilidad digital, especialmente entre personas mayores, mujeres con baja escolarización, poblaciones rurales o grupos con ingresos limitados. Tal como señala Helsper (2012), la exclusión digital tiende a reproducir las formas tradicionales de exclusión social, reforzando dinámicas estructurales de desigualdad. En este sentido, estos elementos serán claves para el estudio del público objetivo de esta investigación, que busca promover una inclusión tecnológica más equitativa, interseccional y significativa.

2.2. Brecha Digital en personas mayores

A pesar del avance acelerado de la digitalización en todos los ámbitos de la vida, las personas mayores siguen siendo uno de los grupos más afectados por la exclusión tecnológica. En una sociedad donde cada vez más servicios y formas de interacción migran hacia lo digital, la falta de competencias digitales se ha convertido en una barrera significativa para su plena participación. Como destaca Tomás López (2023):

La digitalización, en lugar de romper barreras, ha añadido obstáculos para el acceso a distintos servicios tanto del ámbito público como privado incrementando la vulnerabilidad de las personas mayores, a tenor de los informes que atestiguan que son el colectivo social más afectado por ciberataques y ciberestafas en sus relaciones con el mercado. (p. 99)

Este fenómeno, conocido como brecha digital gris, representa una manifestación específica de desigualdad digital que limita el acceso de las personas mayores a derechos, servicios y oportunidades en la sociedad digital. Diversos estudios explican sobre la *grey digital divide*, por ejemplo, Mubarak y Suomi (2022) y Yang (2024) destacan que es una extensión de la brecha digital clásica aplicada al grupo etario envejecido y señalan que, si bien existen investigaciones que abordan esta problemática, todavía no se ha alcanzado una definición científica consolidada ni una comprensión sistemática de sus dimensiones. Los autores enfatizan que persiste una laguna teórica respecto a cómo se desarrolla esta forma de exclusión digital y qué estrategias serían más adecuadas para reducirla de manera efectiva.

La principal expresión de esta exclusión se manifiesta en la **brecha de uso**, es decir, en la dificultad que muchas personas mayores encuentran al intentar utilizar tecnologías digitales de manera autónoma y efectiva. Como explica Van Dijk (2005), "la brecha digital de uso se refiere a las desigualdades en las habilidades y en las oportunidades para aprovechar efectivamente las tecnologías digitales, incluso cuando se ha superado la barrera del acceso" (p. 21). A diferencia de otras poblaciones, los adultos mayores suelen requerir formación personalizada, acompañamiento constante y más tiempo para familiarizarse con entornos digitales que cambian con rapidez. Las dificultades técnicas, la baja alfabetización digital y el miedo a equivocarse son obstáculos frecuentes que generan inseguridad y resistencia frente al uso de la tecnología.

Esta situación también se refleja en el uso limitado de redes sociales por parte de las personas mayores. Según Quinde et al. (2020), en un estudio realizado en Ecuador, la opción “nunca” predominó en todas las redes sociales evaluadas, como Facebook, Twitter e Instagram, entre las personas mayores de 65 años, siendo Facebook la única que registró un uso ocasional, aunque en porcentajes muy bajos. Estos datos evidencian cómo la falta de habilidades digitales básicas y la ausencia de acompañamiento adecuado limitan la participación de este grupo etario en espacios virtuales de interacción y socialización.

Además, como destaca De Marco (2022), los usuarios con mayores recursos materiales, educativos y digitales no solo tienen más probabilidades de incorporar usos avanzados de Internet en su vida diaria, sino que también presentan una mayor capacidad para evitar los problemas asociados a estos usos, mientras que los grupos con menos recursos, como las personas mayores, enfrentan mayores dificultades y riesgos al interactuar en entornos digitales (p. 12).

Esta situación se ve agravada por factores estructurales como los bajos ingresos o niveles educativos, que dificultan no sólo la adquisición de dispositivos adecuados y conexiones de calidad, sino también el acceso a formación digital adaptada. Según la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (FRA, 2023), a pesar del aumento generalizado del uso de Internet, las personas mayores siguen siendo el grupo con menor nivel de conectividad. Muchos no cuentan con dispositivos propios ni con el conocimiento necesario para acceder a servicios públicos digitales, plataformas de salud o canales de comunicación en línea.

Durante la pandemia de COVID-19, la exclusión digital tuvo consecuencias especialmente graves para este grupo. La imposibilidad de gestionar citas médicas en línea o de comunicarse virtualmente con familiares intensificó el aislamiento y puso en evidencia la fragilidad de los mayores frente a un entorno digitalizado. Como señalan Mubarak y Suomi (2022), “la brecha digital gris constituye un gran desafío para que los mayores participen y se beneficien de la revolución digital” .

Estudios como el de López de Coca et al. (2022) confirman que factores como la edad, el nivel educativo y el lugar de residencia influyen directamente en el acceso y uso de tecnologías digitales aplicadas a la salud. El estudio señala que, en España,

por ejemplo, un 18,1% de los pacientes mayores necesita ayuda farmacéutica para solicitar citas médicas, y un 60% de los farmacéuticos indica haber asistido a personas mayores en la descarga de certificados de vacunación. Estos datos ilustran con claridad las barreras cotidianas que enfrentan los adultos mayores en contextos cada vez más digitalizados.

Además de limitar el acceso a servicios esenciales, la brecha de uso también repercute en el bienestar emocional y en la calidad de vida de las personas mayores. La falta de habilidades digitales contribuye al aislamiento social, a la pérdida de autonomía y, en muchos casos, al deterioro de la salud mental. Sin embargo, una vez superadas las barreras tecnológicas, los beneficios pueden ser significativos: mayor independencia, mejor acceso a la información, y más oportunidades de conexión social y participación activa.

Reducir la brecha digital gris requiere una acción conjunta y sostenida. Es imprescindible impulsar programas de alfabetización digital diseñados específicamente para las personas mayores, garantizar el acompañamiento intergeneracional, y promover tecnologías accesibles, con interfaces simples, lenguaje claro y diseño ergonómico. En esta línea, un análisis reciente de Plaza Osorio (2024) sobre las iniciativas desarrolladas en España entre 2022 y 2023 evidencia que el 66% de los programas se orientan prioritariamente a eliminar las desigualdades digitales, con un fuerte énfasis en la formación en habilidades digitales básicas y en la mejora de la accesibilidad, especialmente en colectivos vulnerables como las personas mayores. Solo así será posible construir una sociedad digital verdaderamente inclusiva, donde todas las generaciones puedan participar y beneficiarse por igual del entorno tecnológico, evitando que este colectivo quede relegado en un contexto cada vez más digitalizado.

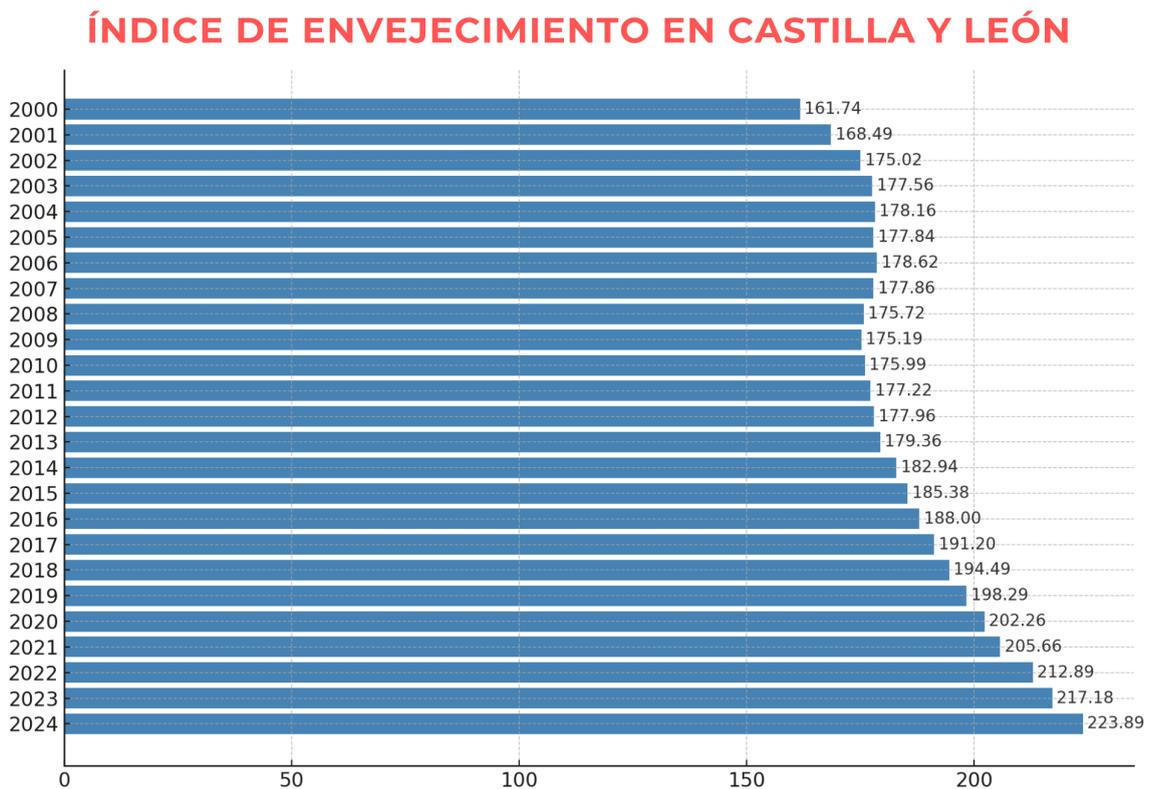
2.3. Envejecimiento y brecha digital en España, Castilla y León y Segovia

España se enfrenta actualmente a un proceso de envejecimiento poblacional sin precedentes. En 2024, el país registró el mayor incremento histórico en su índice de envejecimiento, con un aumento de cinco puntos porcentuales respecto al año anterior. Según El Mirón de Soria (2025), ya hay 142 personas mayores de 64 años por cada 100 menores de 16, lo que refleja una transformación profunda de la estructura demográfica del país.

Castilla y León se posiciona como la tercera región más envejecida de España, solo por detrás de Asturias y Galicia, superando incluso la media nacional. Según datos citados por Fernández (2025) en el portal *El Español*, y que pueden observarse en el [Gráfico 2](#), en 2024 el índice de envejecimiento en esta comunidad alcanzó el 223,8%. Este dato evidencia una transformación profunda en la estructura demográfica regional, generada por factores como el descenso sostenido de la natalidad, el retraso en la edad media de maternidad (que ya alcanza los 32 años) y el aumento progresivo de la esperanza de vida.

Además, Castilla y León lidera el sobreenvjecimiento, con un 9,1% de su población mayor de 80 años, representando más de un tercio del total de personas mayores de 65 años (Junta de Castilla y León, 2025).

Gráfico 2: Índice de envejecimiento en Castilla y León (2000-2024).

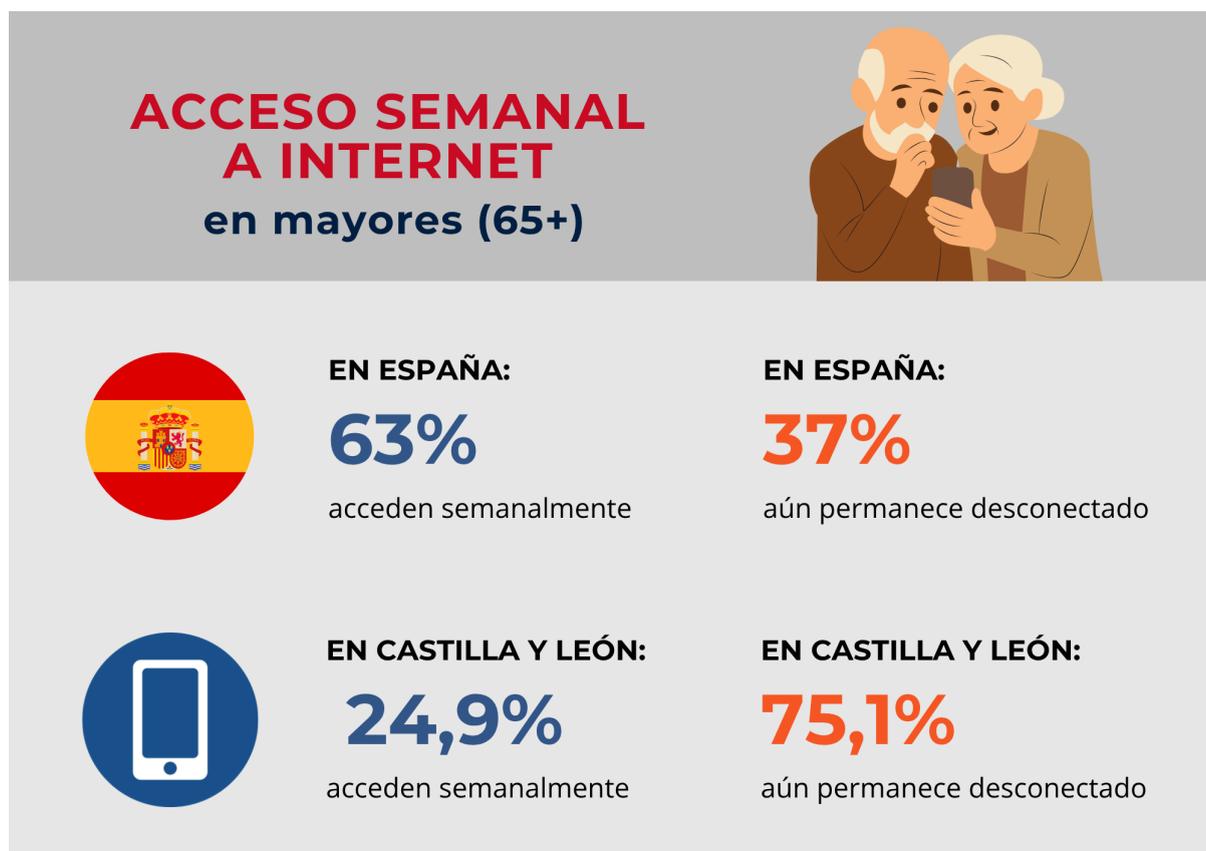


Fuente: Elaboración del Observatorio Vulnerabilidad y el Empleo Fundación Adecco, con base en datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2024).

A este escenario se suman características territoriales particulares, como la despoblación rural, que afecta de manera severa a provincias como Segovia, profundizando el envejecimiento. Entre 2017 y 2022, la población infantil y juvenil disminuyó, mientras que los segmentos de mujeres mayores de 75 años, crecieron significativamente. Castilla y León lidera también el sobre-envejecimiento: el 9,1% de sus habitantes tiene 80 años o más, lo que representa más de un tercio del total de personas mayores de 65 años (Junta de Castilla y León, 2025).

Cómo es posible ver en la [Figura 3](#), en zonas rurales pequeñas, el acceso es aún más bajo debido a factores como la edad avanzada, la baja densidad poblacional, el miedo y la falta de competencias digitales.

Figura 3: Comparación del acceso semanal a Internet en personas mayores (65+) en España y Castilla y León.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI, 2023), Morales Romo (2016) y Sánchez-Galán y Carrasco-Campos (2022).

En este entorno, la brecha digital se presenta como un desafío especialmente crítico. A nivel nacional, aunque el 63% de las personas mayores de 65 años utilizan Internet, un 37% aún permanece desconectado (ONTSI, 2023). En Castilla y León, la situación es aún más preocupante, ya que solo el 24,9% de las personas mayores acceden a Internet semanalmente, muy por debajo de comunidades como Madrid o Cataluña, donde el porcentaje supera el 40% (ONTSI, 2023). Esta brecha digital se ve intensificada por una fuerte desigualdad territorial, particularmente en zonas rurales pequeñas y dispersas.

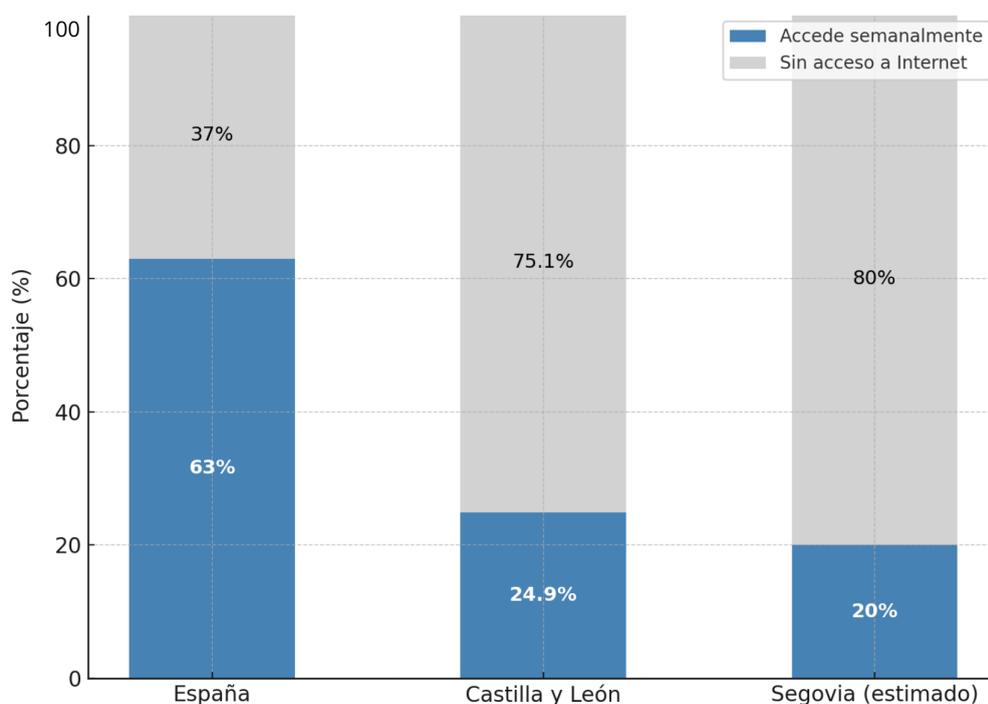
Como señala Morales Romo (2016), “la brecha digital es aún más difícil de superar para los mayores si, además, se le une la brecha geográfica” (p. 175). Esta doble exclusión impacta especialmente a quienes viven en municipios con menos de 500

habitantes, donde a las dificultades materiales se suman barreras simbólicas como el miedo, la desmotivación y la baja alfabetización digital.

A continuación, se presenta en el [Gráfico 3](#) un comparativo del acceso semanal a Internet en personas mayores de 65 años en tres niveles territoriales: España, Castilla y León y la provincia de Segovia. Esta comparación permite visualizar las diferencias en el uso habitual de Internet entre mayores, poniendo en evidencia las desigualdades digitales que persisten a nivel regional y local.

Gráfico 3: Comparación del acceso semanal a Internet en personas mayores (65+) en España, Castilla y León y Segovia.¹

COMPARACIÓN DEL ACCESO SEMANAL A INTERNET EN PERSONAS MAYORES (65+)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI, 2023), Morales Romo (2016), y Sánchez Galán y Carrasco Campos (2022).

¹ El dato para Segovia se presenta como una estimación informada, basada en los datos regionales de Castilla y León (ONTSI, 2023) y en los análisis cualitativos sobre la profundización de la brecha digital en zonas rurales despobladas (Morales Romo, 2016). Aunque no existen cifras oficiales desagregadas para la provincia, las evidencias disponibles sugieren que el acceso de personas mayores en Segovia se encuentra por debajo de la media regional, situándose potencialmente en niveles inferiores al 20%.

Asimismo, la brecha digital refleja de manera acentuada las desigualdades generacionales y socioeconómicas, siendo las personas mayores uno de los colectivos más afectados. Plaza Osorio (2024) advierte que más de 15 millones de ciudadanos en España carecen de competencias digitales o presentan niveles muy bajos, situación que limita no solo el acceso a servicios digitales, sino también la capacidad de integración plena en la sociedad actual.

En Castilla y León, estos desafíos se ven agravados por el envejecimiento extremo, la baja densidad demográfica y la dispersión geográfica, generando escenarios de exclusión digital múltiple donde, como afirma Morales (2016), “las zonas plenamente rurales necesitan atención, pues pueden comunicarse peor, lo que les sitúa en una clara desventaja digital y es donde hay mayor dificultad para romper la brecha digital” (p. 176).

Por otro lado, la relación entre envejecimiento y exclusión digital se hace aún más visible cuando se analizan las habilidades digitales necesarias para la vida diaria. La llamada “segunda brecha digital” no solo afecta al acceso, sino también a la capacidad de utilizar las tecnologías de forma efectiva y beneficiosa, especialmente entre personas mayores y con bajos niveles educativos. Esta situación refuerza las desigualdades ya existentes en el aprovechamiento de servicios digitales avanzados (De Marco, 2022, p. 4).

Estos datos refuerzan la necesidad de diseñar políticas públicas más inclusivas, adaptadas tanto al contexto rural como al perfil sociodemográfico envejecido de comunidades como Castilla y León y Segovia, donde la brecha digital actúa como un factor que amplía la vulnerabilidad social y limita la autonomía de las personas mayores (Plaza Osorio, 2024; Morales, 2016; De Marco, 2022).

En este sentido, Sánchez Galán y Carrasco Campos (2022) enfatizan que el análisis territorial de la brecha digital debe considerar no solo la infraestructura, sino también las características sociales y culturales de las poblaciones rurales, dado que “es posible pensar en un perfil de los hogares en zonas rurales más envejecido, con menos jóvenes, menor dinamismo económico, cultural, etc., que inciden en un uso menor de internet más que en carencias de infraestructura propiamente” (p. 14).

Finalmente, es imprescindible destacar que la brecha digital presenta un claro componente generacional, siendo más acentuada entre las personas mayores de edad avanzada, quienes muestran niveles de participación digital considerablemente inferiores en comparación con otros grupos etarios (Abad Alcalá, 2016). Esta desigualdad pone en evidencia la necesidad urgente de fomentar procesos de alfabetización digital inclusivos, adaptados a las necesidades del colectivo, que les permitan integrarse en la Sociedad de la Información y aprovechar sus múltiples beneficios.

Sin embargo, la brecha de uso sigue siendo una barrera crítica para este colectivo. Muchos mayores no se sienten capacitados para utilizar herramientas digitales, lo que genera una fuerte dependencia de terceros y alimenta su sensación de exclusión. Según el Centro de Investigaciones Sociológicas (2024), el 77,3% de las personas mayores de 65 años considera que tiene poco o ningún conocimiento sobre seguridad y protección de datos personales en la red, y un 63,7% expresa preocupación por los riesgos del uso de Internet. Además, solo el 11,6% ha realizado compras en línea alguna vez, y los usos más comunes se restringen a la mensajería instantánea (31,2%), llamadas o videollamadas (21,8%) y la lectura de noticias (21,3%).

Por otro lado, según el informe del Pew Research Center citado por Faveiro (2022), el 75% de los adultos mayores de 65 años en Estados Unidos ya utiliza internet, una mejora significativa frente al año 2000. Además, el 61% de los mayores de 65 años posee un smartphone y el 45% utiliza redes sociales. El uso de YouTube también ha crecido entre los mayores: del 38% en 2019 al 49% en 2021. Estos datos refuerzan la idea de que, aunque persisten barreras, los mayores están cada vez más presentes en los entornos digitales.

Vea en la [Figura 4](#) los principales tipos de usos de Internet entre el público de personas mayores:

Figura 4: Actividades digitales más comunes entre personas mayores de 65 años en España.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS, 2024).

Asimismo, organismos como la Plataforma de Mayores y Pensionistas (PMP) y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD, 2023) han advertido sobre los riesgos de una digitalización que no contemple alternativas presenciales. Insisten en que obligar a los mayores a adaptarse sin apoyo adecuado puede constituir una forma de discriminación, vulnerando sus derechos fundamentales y su dignidad. La transformación digital no debe excluir a quienes más apoyo necesitan, sino incluirlos activamente mediante soluciones accesibles, interfaces amigables y programas de acompañamiento intergeneracional.

En suma, Castilla y León, y en particular provincias como Segovia, representan un escenario paradigmático donde envejecimiento poblacional, desequilibrio territorial y brecha digital se entrecruzan de forma crítica. Superar estos desafíos requerirá no solo infraestructuras y planes estratégicos, sino también una visión social centrada en la equidad digital y el reconocimiento del valor de las personas mayores como ciudadanos plenos en la era tecnológica.

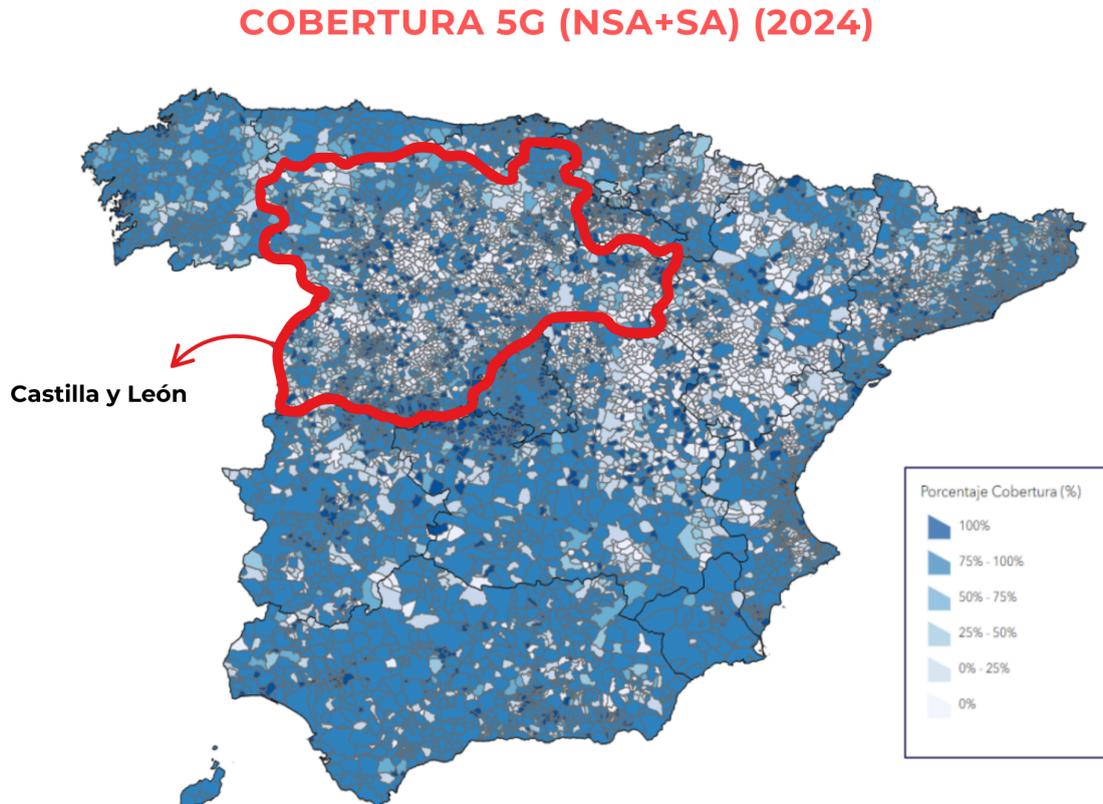
2.4. Infraestructura y cobertura de internet en España y Castilla y León

En los últimos años, ha habido un avance significativo en la expansión de la cobertura de internet en España. Aun así, algunas zonas siguen enfrentando desafíos en el acceso a una conexión de calidad, como ocurre en las áreas rurales, especialmente en la provincia de Segovia. Esta situación se analiza a través de la identificación de las llamadas zonas blancas y zonas grises (ver [Fig. 5](#)).

Las zonas blancas corresponden a áreas geográficas más desfavorecidas en términos de servicios digitales básicos, con una cobertura inferior a 30 Mbps y sin previsión de implementación de mejoras en los próximos tres años. Las zonas grises, por su parte, disponen de cobertura de internet, pero proporcionada por un solo operador, con una velocidad inferior a 100 Mbps (Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, 2021).

El mapa a continuación facilita el análisis del panorama de cobertura 5G en España, ya que la intensidad de los colores representa el nivel de velocidad y cobertura de internet en cada región. En destaque, marcada en rojo, se encuentra la comunidad de Castilla y León, donde se observa una concentración de áreas con niveles bajos de cobertura o incluso sin acceso a la red 5G. Como era de esperar, las zonas más perjudicadas son las áreas rurales, que se identifican por los tonos más claros, correspondientes a coberturas inexistentes o inferiores al 29%. Esta distribución evidencia la existencia de una brecha digital territorial, que afecta directamente a comunidades como Segovia, limitando el acceso equitativo a una conexión de alta velocidad y agravando aún más la exclusión digital de las personas mayores que residen en estas zonas.

Figura 5: Cobertura 5G agregada (NSA + SA) en España en 2024, con destaque para Castilla y León.



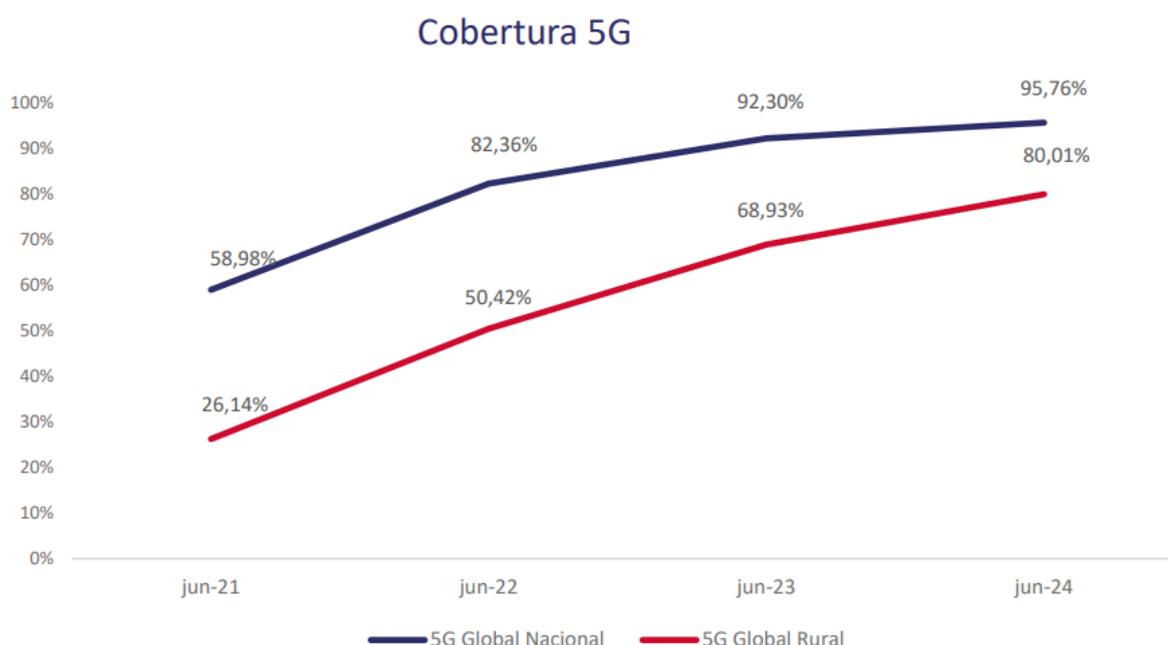
Fuente: *Elaboración propia a partir de los datos del Informe de Cobertura de Banda Ancha en España 2024 (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, 2025, p. 29).*

Al observar los territorios rurales, se nota que la cobertura de banda ancha con una velocidad de 100 Mbps o superior está presente en el 80,31 % de las viviendas, lo cual representa un avance significativo en relación con el año anterior. Sin embargo, aún persiste una brecha digital de 12,69 puntos porcentuales si se compara con la cobertura nacional, que es del 93 % (Europa Press, 2024a). En cuanto al acceso a la tecnología de fibra óptica en estas regiones, alcanza el 86,52 %, frente a una media nacional del 94,79 %, lo que evidencia una diferencia estructural superior a ocho puntos porcentuales (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, 2025).

Entre junio de 2021 y junio de 2024, fue posible analizar la evolución de la cobertura de las redes móviles 5G, comparando las zonas rurales con el conjunto del territorio

español (véase [Gráfico 4](#)). A partir de este análisis, se observa una reducción progresiva de la brecha digital en términos de conectividad a lo largo de este período de tres años.

Gráfico 4: Evolución de la cobertura de las redes móviles 5G entre junio de 2021 y junio de 2024, en zonas rurales y a nivel nacional.



Fuente: Informe de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (2025, p. 32).

La cobertura móvil 5G ha registrado un crecimiento significativo en las zonas rurales, alcanzando el 80 % del territorio en 2024, lo que representa una triplicación respecto al 26 % registrado en 2021 (Cinco Días, 2025). Sin embargo, el acceso sigue siendo desigual, ya que la cobertura en la banda prioritaria de 3,5 GHz, esencial para garantizar una conexión de alta calidad, continúa siendo limitada en estas áreas.

La brecha digital sobre todo implica ese desigual acceso, pero también la calidad del acceso, porque no solo basta con asegurar un acceso a la red, sino que ese acceso sea de calidad en términos cuantitativos, es decir, que podamos acceder con unas velocidades determinadas, con los dispositivos adecuados y con la parte de calidad hablar del aprovechamiento de las TIC, es decir, de la manera en la cual tenemos de incorporar esas tecnologías de manera provechosa, de manera efectiva y, yo diría más, de manera transformadora. (Carrasco Campos, 2025, 00:47:10)

Esta visión refuerza la necesidad de políticas públicas que no solo garanticen infraestructura, sino también condiciones de uso significativo para los sectores sociales, especialmente en zonas rurales y envejecidas como la provincia de Segovia.

Para reducir estas desigualdades, el Gobierno de Castilla y León ha creado el Bono Digital, una ayuda anual de 240 euros (20 € al mes) destinada a facilitar la contratación o el mantenimiento de servicios de banda ancha con una velocidad mínima de 30 Mbps. Las personas mayores están entre los principales beneficiarios de esta iniciativa, ya que el público objetivo incluye a mayores de 65 años que residen en municipios de hasta 20.000 habitantes (Europa Press, 2024b). El programa tiene como objetivo reducir la brecha digital en las zonas rurales y garantizar un acceso equitativo a servicios digitales esenciales como la sanidad, la educación y la administración electrónica.

2.5. La Teoría de la Difusión de Innovaciones aplicada al uso de tecnologías digitales en personas mayores

Este trabajo se fundamenta en la **Teoría de la Difusión de Innovaciones** (Rogers, 1995), la cual analiza cómo se difunden las nuevas tecnologías dentro de una sociedad. Por ello, esta resulta adecuada para comprender los factores que influyen en la adopción o el rechazo de las tecnologías digitales por parte de las personas mayores.

La adopción de la tecnología en la sociedad está condicionada por factores como el contexto social y cultural, así como por los beneficios que las personas perciben. Sobre este punto, Rogers (1995) señala: “Las innovaciones que son percibidas por las personas como que poseen una mayor ventaja relativa, compatibilidad, posibilidad de prueba, observabilidad y menor complejidad serán adoptadas más rápidamente que otras innovaciones.”

En el caso específico de las personas mayores, estos factores cobran una importancia aún mayor, ya que suelen enfrentar barreras físicas, cognitivas y emocionales que dificultan el proceso de adopción tecnológica.

La elección de esta teoría se justifica por su capacidad explicativa en contextos donde la innovación convive con desigualdades estructurales, como la brecha digital intergeneracional. Rogers clasifica a los individuos en cinco categorías según su disposición a adoptar innovaciones:

1. Innovadores
2. Adoptantes tempranos
3. Mayoría temprana
4. Mayoría tardía
5. Rezagados.

Las personas mayores, debido a factores como la falta de formación digital, el miedo al cambio o la percepción de que la tecnología no aporta valor a su vida cotidiana, suelen ubicarse mayoritariamente en los grupos de "mayoría tardía" y "rezagados".

La aceptación de la tecnología, según la teoría, también se ve influenciada por los líderes de opinión y las redes sociales. En el contexto de las personas mayores, estos líderes son los familiares, voluntarios, profesionales de la salud o incluso figuras públicas. Su influencia puede ser determinante para aumentar la confianza, reducir la resistencia al cambio y fomentar la experimentación tecnológica.

Otro elemento central es la compatibilidad entre la innovación y los valores, hábitos y necesidades del usuario final. En este sentido, resulta esencial diseñar tecnologías que respondan a criterios de accesibilidad, usabilidad e inclusión. Por ejemplo, aplicaciones con interfaz intuitiva, tipografía ampliada, navegación simplificada y guías interactivas contribuyen significativamente a reducir las barreras de entrada para los mayores.

Por último, para ilustrar la aplicabilidad de la Teoría de la Difusión de Innovaciones al análisis del uso de tecnologías digitales por parte de personas mayores, se toma como referencia el estudio titulado "Technology Acceptance Among Older Adults: Extending the UTAUT Model" realizado en Eslovenia (Pucer et al., 2025). Esta

investigación se centró en el uso de teléfonos inteligentes entre personas mayores y buscó identificar los factores que influyen en su intención de adopción, combinando modelos tecnológicos clásicos con variables propias del envejecimiento.

Los autores encuestaron a 535 personas mayores y concluyeron que variables como la utilidad percibida, el miedo a cometer errores, la ansiedad tecnológica y las normas sociales desempeñan un papel clave en la disposición a utilizar tecnologías digitales. En el estudio de Pucer et al. (2025), los mayores que consideraban que la tecnología era demasiado compleja o no les ofrecía beneficios reales mostraban una menor disposición a adoptarla.

En la teoría, Rogers plantea que la adopción de una innovación depende, entre otros aspectos, de su simplicidad percibida. Por eso, el atributo de “complejidad” es una barrera directa para su adopción. Asimismo, aquellos que tenían un entorno favorable, por ejemplo, familiares o amigos que ya usaban smartphones, presentaban mayor intención de uso, reflejando la influencia que ejercen los líderes de opinión para el uso de la tecnología.

En resumen, las decisiones de las personas mayores no dependen solo de aspectos técnicos, sino también de factores sociales, emocionales y del entorno en el que viven. El estudio citado demuestra que la Teoría de la Difusión de Innovaciones es útil para entender mejor estas decisiones, ya que ayuda a identificar qué barreras enfrentan, qué les motiva y cómo adoptan la tecnología. Además, esta teoría sirve como guía para proponer soluciones más efectivas que fomenten la inclusión digital de las personas mayores, tanto en zonas urbanas como rurales.

CAPÍTULO 3:

**OBJETIVOS Y
MARCO METODOLÓGICO**

*“Ponerse metas es el primer paso
para convertir lo invisible en visible.”*

Tony Robbins

Frente a los desafíos identificados en torno a la brecha digital en personas mayores, resulta necesario desarrollar una estrategia inclusiva que tenga en cuenta sus necesidades específicas. Como señalan Bogoslov et al. (2024), los bajos niveles de alfabetización digital entre las personas mayores en Europa aumentan significativamente el riesgo de exclusión social y económica, especialmente en un contexto en el que los servicios esenciales, como la salud, la banca o la administración, dependen cada vez más de plataformas digitales.

En este sentido, la tecnología puede desempeñar un papel clave en la mejora de la calidad de vida de las personas mayores, siempre que su uso esté acompañado de condiciones que favorezcan la confianza, la seguridad y la autonomía. Garantizar que las personas mayores se sientan cómodas y empoderadas en el entorno digital no solo contribuye a reducir la brecha digital, sino que también promueve un envejecimiento más activo, conectado y participativo.

Con base en estos principios, se definen a continuación los objetivos específicos de este estudio y el enfoque metodológico adoptado para su desarrollo.

3.1. Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo principal de esta investigación es **explorar las dificultades que enfrentan las personas mayores al incorporar tecnologías digitales en su vida diaria**. En un mundo cada vez más digitalizado, donde actividades esenciales como la comunicación, el acceso a servicios de salud y las gestiones bancarias dependen del uso de dispositivos tecnológicos, este grupo poblacional sigue enfrentando barreras significativas que limitan su integración plena en la sociedad digital. Comprender estas dificultades es fundamental para desarrollar soluciones que promuevan un envejecimiento activo, conectado y empoderado.

A continuación, en la [Figura 6](#), se presenta una síntesis ilustrada del objetivo general y de los objetivos específicos de esta investigación:

Figura 6: *Objetivos de la investigación sobre brecha digital en personas mayores.*



Fuente: *Elaboración propia a partir del planteamiento metodológico de la investigación.*

3.1.1. Objetivos específicos

1. **Comprender los desafíos relacionados con el uso de la tecnología por parte de las personas mayores.**

Esto implica identificar no solo las barreras técnicas, como la falta de habilidades digitales, sino también los factores emocionales, culturales y sociales que influyen en la adopción tecnológica. Por ejemplo, la percepción de que la tecnología es compleja o irrelevante para sus vidas, así como el temor al cambio o la falta de confianza en su capacidad para aprender nuevas herramientas, son aspectos críticos a analizar.

Preguntas de investigación (PI):

- **PI 1.1:** ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan las personas mayores para utilizar tecnologías digitales?
- **PI 1.2:** ¿Las personas mayores se sienten empoderadas o excluidas en el uso de estas tecnologías?
- **PI 1.3:** ¿Qué herramientas digitales utilizan las personas mayores en su vida cotidiana?
- **PI 1.4:** ¿Qué herramientas digitales les gustaría aprender a las personas mayores, considerando las dificultades que aún enfrentan?

2. Identificar las estrategias que las marcas están adoptando para facilitar la inclusión digital de las personas mayores.

Esto incluye analizar campañas publicitarias, iniciativas corporativas y programas educativos diseñados específicamente para este grupo. La investigación explorará si estas estrategias responden a las necesidades reales de las personas mayores y qué tan efectivas han sido en reducir la brecha digital. También se evaluará cómo estas marcas pueden desempeñar un papel más activo en el empoderamiento de las personas mayores mediante el diseño de tecnologías accesibles y campañas educativas.

Preguntas de investigación (PI):

- **PI 2.1:** ¿Qué estrategias están adoptando las marcas y ONGs para promover la inclusión digital de este público?
- **PI 2.2:** ¿Cuáles son los obstáculos para implementar acciones de alfabetización digital para las personas mayores?
- **PI 2.3:** ¿Cómo impactan las tecnologías digitales (aplicaciones, redes sociales, plataformas de servicios) en la vida diaria de las personas mayores?
- **PI 2.4:** ¿Qué iniciativas locales se están implementando para reducir la exclusión digital entre las personas mayores?

3. Desarrollar campañas y materiales que promuevan la inclusión digital, basados en las necesidades identificadas durante la investigación.

Estas campañas estarán orientadas a crear narrativas inclusivas, que no solo eduquen sobre el uso de las tecnologías, sino que también combatan los estereotipos que asocian a las personas mayores con la resistencia o incapacidad para adaptarse al mundo digital. Además, se buscará involucrar a los núcleos familiares y a voluntarios jóvenes como aliados clave en este proceso, fomentando redes de apoyo intergeneracional que faciliten el aprendizaje continuo y sostenible.

Preguntas de investigación (PI):

- **PI 3.1:** ¿De qué manera el storytelling puede utilizarse como una herramienta para construir narrativas inclusivas que desafíen los estereotipos sobre el envejecimiento y la relación de las personas mayores con la tecnología?
- **PI 3.2:** ¿Cómo afecta la exclusión digital a la calidad de vida y al acceso a servicios esenciales de las personas mayores?
- **PI 3.3:** ¿Cómo involucrar a familiares y voluntarios jóvenes como aliados en el proceso de alfabetización digital?

3.2. Posibles hipótesis

Se plantean tres hipótesis que buscan explicar cómo diferentes factores afectan la relación de las personas mayores con las tecnologías digitales y su impacto en la vida cotidiana. Estas hipótesis no solo ofrecen un marco analítico para interpretar los datos recopilados, sino que también proporcionan una base para el diseño de estrategias que promuevan la inclusión digital y el empoderamiento de este grupo poblacional.

- **La primera hipótesis (H1)**

Plantea que **las personas mayores que reciben apoyo intergeneracional tienen más probabilidades de utilizar herramientas digitales en su vida diaria.** Este

enfoque se basa en la idea de que el aprendizaje en un entorno familiar o de confianza, mediado por familiares o voluntarios jóvenes, puede facilitar la adopción tecnológica. Estudios previos han señalado que el apoyo intergeneracional no solo mejora la adquisición de habilidades digitales, sino que también genera un entorno emocional positivo que reduce la ansiedad asociada al uso de tecnologías (Charness y Boot, 2016).

- **La segunda hipótesis (H2)**

Sugiere que **las personas mayores que se sienten excluidas digitalmente presentan mayores niveles de aislamiento social**. La exclusión digital no solo limita el acceso a servicios esenciales, como la telemedicina o las gestiones bancarias, sino que también afecta la capacidad de las personas mayores para mantenerse conectadas con familiares y amigos. Según datos del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI, 2023), solo el 41,7% de las personas mayores de 75 años ha utilizado internet alguna vez, lo que agrava la sensación de desconexión social y cultural en un mundo cada vez más digitalizado. Esta exclusión no solo amplifica la soledad y el aislamiento, sino que también perpetúa la percepción de que la tecnología no está diseñada para ellos.

- **La tercera hipótesis (H3)**

Plantea que **la adaptación de aplicaciones y servicios digitales a las necesidades específicas de las personas mayores aumenta su uso y confianza en estas herramientas**. Aquí se destaca la importancia del diseño inclusivo y accesible como factor clave para cerrar la brecha digital. Aplicaciones con interfaces intuitivas, tipografías grandes, navegación simplificada y funciones específicas para personas mayores pueden transformar la percepción de la tecnología como un obstáculo y convertirla en una herramienta facilitadora. Además, las estrategias de educación digital complementan este proceso al ofrecer capacitación enfocada en las necesidades reales de este grupo. Según Bogoslov et al. (2024), los servicios digitales diseñados teniendo en cuenta las limitaciones físicas y cognitivas de las personas mayores no solo mejoran su accesibilidad, sino que también fortalecen su confianza y autonomía. Al validar o refutar estas hipótesis, se espera no solo obtener un diagnóstico preciso de las barreras existentes, sino también proponer

soluciones efectivas que permitan a las personas mayores aprovechar los beneficios de la era digital.

A continuación, se presenta en la Tabla 1 una síntesis que organiza de manera clara y estructurada los tres objetivos específicos de la investigación, junto con las respectivas preguntas formuladas para cada uno y sus hipótesis asociadas. Esta estructura permite visualizar cómo cada elemento del proceso investigativo está interconectado, facilitando la comprensión de la lógica de la investigación y orientando la recopilación y el análisis de datos según los propósitos definidos en el marco teórico.

Tabla 1: *Relación entre objetivos específicos, preguntas de investigación e hipótesis.*

Objetivo específico	Preguntas de investigación	Hipótesis asociadas
<p>Objetivo específico 1. Comprender los desafíos relacionados con el uso de la tecnología por parte de las personas mayores.</p>	<p>PI 1.1: ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan las personas mayores para utilizar tecnologías digitales? PI 1.2: ¿Las personas mayores se sienten empoderadas o excluidas en el uso de estas tecnologías? PI 1.3: ¿Qué herramientas digitales utilizan las personas mayores en su vida cotidiana? PI 1.4: ¿Qué herramientas digitales les gustaría aprender a las personas mayores, considerando las dificultades que aún enfrentan?</p>	<p>H1: El apoyo intergeneracional aumenta el uso de herramientas digitales. H2: La exclusión digital está asociada al aislamiento social.</p>
<p>Objetivo específico 2. Identificar las estrategias que las marcas están adoptando para facilitar la inclusión digital de las personas mayores.</p>	<p>PI 2.1: ¿Qué estrategias están adoptando las marcas y ONGs para promover la inclusión digital de este público? PI 2.2: ¿Cuáles son los obstáculos para implementar acciones de alfabetización digital para las personas mayores? PI 2.3: ¿Cómo impactan las tecnologías digitales (aplicaciones, redes sociales, plataformas de servicios) en la vida diaria de las personas mayores? PI 2.4: ¿Qué iniciativas locales se están implementando para reducir la exclusión digital entre las personas mayores?</p>	<p>H3: La adaptación de los servicios digitales a las necesidades de las personas mayores aumenta el uso y la confianza.</p>

<p>Objetivo específico 3. Desarrollar campañas y materiales que promuevan la inclusión digital, basados en las necesidades identificadas durante la investigación.</p>	<p>PI 3.1: ¿De qué manera el storytelling puede utilizarse como una herramienta para construir narrativas inclusivas que desafíen los estereotipos sobre el envejecimiento y la relación de las personas mayores con la tecnología? PI 3.2: ¿Cómo afecta la exclusión digital a la calidad de vida y al acceso a servicios esenciales de las personas mayores? PI 3.3: ¿Cómo involucrar a familiares y voluntarios jóvenes como aliados en el proceso de alfabetización digital?</p>	<p>H2: La exclusión digital está asociada al aislamiento social. H3: La adaptación de los servicios digitales a las necesidades de las personas mayores aumenta el uso y la confianza.</p>
---	---	--

Fuente: *Elaboración propia a partir del marco teórico y comentarios de los tutores (2025).*

3.3. Población objeto de estudio

Esta investigación se llevará a cabo en la provincia de Segovia, que, según datos del Instituto Nacional de Estadística (2025), contaba con 158.227 habitantes a 1 de abril de 2025. De esta población, aproximadamente el **19,67%** tiene entre 65 y 85 años, lo que equivale a cerca de **31.124 personas**. Esta proporción sitúa a Segovia entre las provincias españolas con mayor porcentaje de personas mayores en relación con su población total, lo que hace que los desafíos relacionados con la inclusión digital sean particularmente relevantes en esta región.

La población objeto de estudio estará compuesta por personas mayores entre 65 y 85 años, residentes en Segovia, que enfrentan dificultades para realizar tareas rutinarias con tecnologías digitales, tales como acceder a servicios de salud en línea, realizar gestiones bancarias o comunicarse mediante aplicaciones móviles.

3.4. Diseño metodológico

Con el objetivo de comprender de forma integral los factores que influyen en la relación de las personas mayores con las tecnologías digitales, esta investigación adopta un enfoque metodológico cualitativo. En concreto, se triangulan técnicas de

observación participante, entrevistas individuales y entrevistas grupales, complementadas con una intervención práctica en formato de taller. Esta estrategia permite obtener una visión más completa del tema, articulando distintas fuentes de información.

A continuación, se presentan en las Tablas 2 y 3 un resumen de forma visual las técnicas de investigación empleadas en cada una de las fases de esta investigación.

La [Tabla 2](#) recoge las estrategias aplicadas durante la fase inicial de observación y participación en los talleres de Cruz Roja y seguimiento telefónico.

Tabla 2: Fase 1 - Resumen metodológico de las técnicas aplicadas en la investigación.

Técnica 01: Observación participante presencial	Técnica 02: Seguimiento telefónico
Participantes: personas mayores entre 65 y 84 años	Personas mayores de entre 65 y 85 años, participantes del programa Alexa
Fechas: del 29 de enero al 3 de junio de 2025	Fechas: del 29 de enero al 19 de mayo de 2025
Observación de los talleres de móvil en Cruz Roja Segovia, que se llevan a cabo los martes de 17h a 18h	Se realizaron llamadas para comprender los tipos de uso de Alexa y aclarar dudas sobre la funcionalidad del dispositivo.
Diario de campo con notas sobre barreras, nivel de participación y comentarios de las participantes	Notas cualitativas sobre la dificultad y facilidad del uso de Alexa, además de registrar las funcionalidades utilizadas en el dispositivo

Fuente: *Elaboración propia a partir del diseño metodológico de la investigación en Cruz Roja Segovia (2025).*

Mientras que la [Tabla 3](#) detalla las técnicas utilizadas en la fase cualitativa de entrevistas individuales y grupales. Esta organización permite identificar de manera clara los instrumentos, participantes y procesos vinculados a cada técnica.

Tabla 3: Fase 2 - Resumen metodológico de las técnicas aplicadas en la investigación.

Técnica 03: Entrevistas individuales	Técnica 04: Entrevistas Grupales
Entrevistas con profesionales de Cruz Roja: psicóloga, coordinadora y directora social	Entrevistas con 2 grupos que suman un total de 14 mujeres mayores entre 65 y 84 años
Fechas: 20 y 28 de mayo de 2025	Fechas: 20 y 27 de mayo de 2025
Se grabaron y transcribieron las entrevistas (excepto la de la psicóloga) y se realizó un análisis cualitativo de las respuestas.	Se grabaron y transcribieron las entrevistas: grupo 1 con participantes del taller y grupo 2 con menor familiaridad con la tecnología.
Guión semiestructurado y flexible con preguntas dirigidas a identificar percepciones institucionales, obstáculos y propuestas.	Guión semiestructurado y flexible con preguntas dirigidas a identificar barreras, uso, apoyo familiar, etc.

Fuente: *Elaboración propia a partir del diseño metodológico de la investigación en Cruz Roja Segovia (2025).*

3.4.1. Observación directa participante de los programas

La primera fase del estudio corresponde a una observación directa, presencial y participativa de los talleres formativos dirigidos a personas mayores, promovidos por Cruz Roja en Segovia. La actividad observada fueron los talleres de alfabetización digital centrados en el uso del teléfono móvil, realizados los martes de 17h a 18h. Esta observación tuvo como finalidad registrar de manera sistemática el grado de participación, las metodologías empleadas, las interacciones entre las personas mayores y el personal técnico, así como las barreras y oportunidades detectadas durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La observación se desarrolló entre el 29 de enero y el 3 de junio de 2025, en un total de ocho sesiones presenciales. En la mayoría de los encuentros, la investigadora participaba activamente en el taller, colaborando con el voluntario en el desarrollo del tema propuesto. También se encargaba de aclarar dudas de las participantes y de orientarlas en la aplicación práctica de la teoría en sus teléfonos móviles. En algunos casos, registraba en su cuaderno los puntos principales observados durante el día.

El instrumento principal utilizado fue un diario de campo, en el que se registraron notas sobre la dinámica de la clase en algunos talleres. Para ello, se estructuraron algunas categorías de observación que permitieron sistematizar las percepciones y captar ciertos aspectos del proceso de enseñanza-aprendizaje.

- **Tema del taller** trabajado en cada sesión.
- **Perfil de las personas mayores participantes** (nivel de familiaridad con la tecnología, actitud ante el aprendizaje, etc.).
- **Interacciones entre el voluntario y las participantes**, destacando los métodos de enseñanza y los momentos de acompañamiento.
- **Expresiones verbales y no verbales** de dificultad, entusiasmo, frustración, interés o desmotivación.
- **Historias personales y ejemplos compartidos** durante las sesiones que ilustran la relación cotidiana con la tecnología.
- **Frases literales significativas** pronunciadas por las participantes, percepción de utilidad o barreras percibidas.

El acceso a los talleres fue gestionado con la colaboración de la coordinadora del área de personas mayores de la organización. La población observada estaba compuesta por mujeres mayores de entre 65 y 84 años que participaban regularmente en los talleres organizados por Cruz Roja en su sede de Segovia. La participación exclusivamente femenina no fue un criterio preestablecido por esta investigación, sino un reflejo del contexto observado, en el cual no se registró la presencia de hombres durante el período de trabajo de campo. Esta ausencia

podría estar relacionada con una menor disposición de los hombres mayores a participar en actividades grupales de formación digital, así como con el hecho de que muchas mujeres mayores son viudas y buscan involucrarse en programas para no sentirse solas en casa.

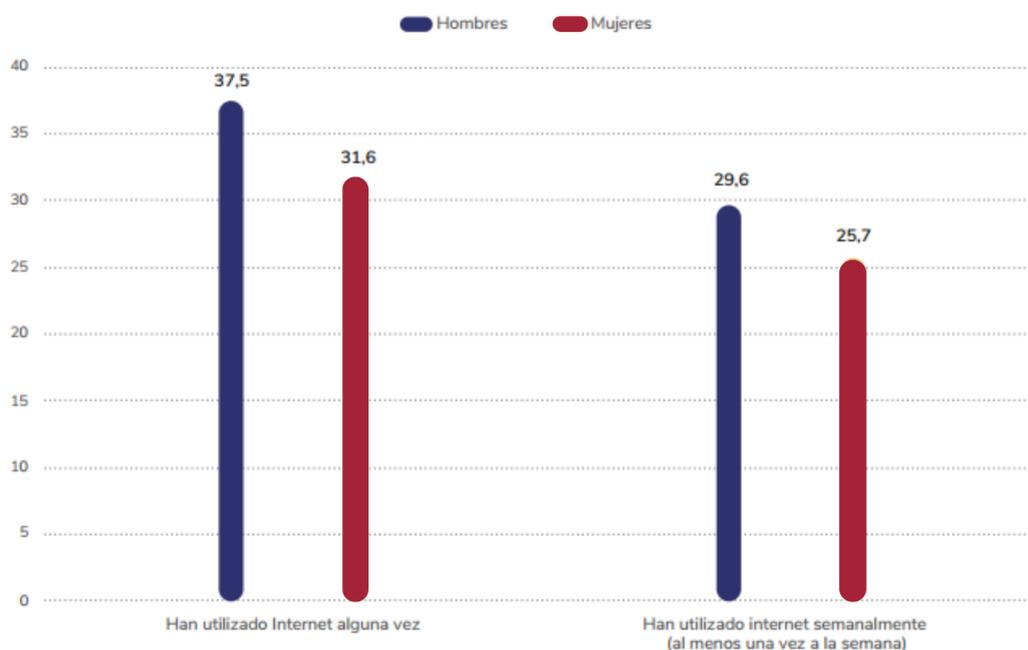
Además, esta sobrerrepresentación femenina guarda relación con las desigualdades estructurales de género en el uso y dominio de las tecnologías.

Según el Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2022), si bien la brecha de acceso a Internet se ha reducido en España, persisten diferencias significativas en las competencias digitales más avanzadas, donde las mujeres mayores presentan mayores niveles de vulnerabilidad. De hecho, entre la población mayor de 75 años, las mujeres tienen una menor frecuencia de uso semanal de Internet (26%) en comparación con los hombres (30%), lo cual muestra una brecha persistente en este grupo de edad.

Estas cifras refuerzan la pertinencia del hecho de que las mujeres enfrentan mayores dificultades en el uso de la tecnología, y que, por ello, la demanda de talleres de alfabetización digital por parte de ellas sea más elevada. Como se puede ver en el [Gráfico 5](#):

Gráfico 5: Mayores según frecuencia de uso de Internet (2021). Porcentaje sobre el total de mayores de 75 años.

MAYORES SEGÚN FRECUENCIA DE USO DE INTERNET (2021)



Fuente: Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2022, p. 13), a partir de datos de la Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares (INE).

Asimismo, todas las observaciones se realizaron con conocimiento y autorización del equipo, y se obtuvo consentimiento verbal informado por parte de las personas participantes.

El análisis de los registros se llevó a cabo mediante una lectura comprensiva del cuaderno de campo, seguida de una categorización temática que permitió identificar: patrones comunes, obstáculos recurrentes y buenas prácticas en el proceso de inclusión digital de las personas mayores.

3.4.2. Seguimiento telefónico en el programa de las Alexas

Además de la observación presencial en los talleres de alfabetización digital, se incorporó una técnica complementaria de seguimiento telefónico cualitativo, aplicada en el marco del programa de asistencia tecnológica con dispositivos Alexa: asistentes de voz distribuidos por Cruz Roja para fomentar la autonomía y la conexión digital de personas mayores (para más información sobre este programa, [véase la sección 5.2](#)).

Esta estrategia tuvo como objetivo comprender el grado de apropiación tecnológica por parte de las personas mayores beneficiarias, identificar dudas frecuentes y evaluar el impacto cotidiano del dispositivo.

Las llamadas telefónicas fueron realizadas por la investigadora, en coordinación con el equipo técnico de Cruz Roja Segovia. La participación de los usuarios fue voluntaria y autorizada verbalmente, conforme a lo acordado previamente. En total, se realizaron 47 llamadas breves a personas mayores usuarias del dispositivo Alexa. Se utilizó un guión de carácter abierto ([véase el Anexo 1](#)), estructurado a partir de tres ejes principales definidos previamente:

- Frecuencia de uso del dispositivo
- Funcionalidades más útiles o utilizadas
- Nivel de satisfacción y grado de autonomía en el uso de la herramienta

La selección de los participantes se basó en usuarios registrados en el programa, y los contactos se realizaron en días y horarios previamente establecidos con el equipo de Cruz Roja Segovia.

La utilización de un guión permitió obtener respuestas más espontáneas y contextualizadas, favoreciendo la escucha activa. Las respuestas fueron registradas mediante anotaciones en una tabla de registro ([véase la Tabla 9](#)), complementada por notas de campo elaboradas al finalizar algunos contactos.

El análisis de la información recolectada permitió construir categorías sobre los usos reales de Alexa por parte de las personas mayores del programa, dando voz a los

usuarios en su entorno cotidiano, fuera del espacio grupal de los talleres. Las categorías principales identificadas fueron:

- Usos cotidianos del dispositivo (recordatorios, música, consultas breves, etc.)
- Barreras encontradas (miedo a utilizar el dispositivo, falta de familiaridad con su funcionamiento y dificultades en el uso de las aplicaciones.)
- Percepciones y valoraciones (nivel de satisfacción, utilidad percibida, sensación de compañía, etc.)

3.4.3. Entrevistas individuales semiestructuradas a profesionales

En la segunda fase, se realizaron **entrevistas individuales semiestructuradas a tres profesionales de Cruz Roja Segovia**, con el objetivo de comprender las percepciones, desafíos y oportunidades que identifican en los programas dirigidos a personas mayores, particularmente en el ámbito de inclusión tecnológica.

Respecto a la **población y muestra**, las entrevistas se dirigieron a profesionales con cargos estratégicos dentro de la Cruz Roja de Segovia:

- Entrevistada 1 (E1): la psicóloga del área de personas mayores y cuidadores
- Entrevistada 2 (E2): la coordinadora del equipo profesional de mayores
- Entrevistada 3 (E3): la directora del área de inclusión social

La selección fue intencional, en función de su experiencia directa en el diseño y ejecución de actividades formativas con personas mayores usuarias.

La técnica utilizada, como anticipamos, fue la **entrevista cualitativa individual**, de carácter semiestructurado y flexible, lo que permitió adaptar las preguntas a cada participante, sin perder de vista los ejes comunes que estructuraron el guión, a saber:

- La percepción de la brecha digital entre personas mayores
- Los retos institucionales en la implementación de programas

- El papel de la motivación, la accesibilidad y el acompañamiento
- Propuestas para mejorar la inclusión digital de este colectivo

El guión ([véase el Anexo 2](#)) sirvió como guía orientativa, permitiendo introducir preguntas según el desarrollo de cada entrevista, que fueron realizadas en espacios cedidos por Cruz Roja Segovia. Dos de ellas fueron grabadas en audio (previo consentimiento informado verbal), transcritas ([véase el Anexo 3](#)) y posteriormente anonimizadas para su análisis cualitativo. En el caso de la entrevista con la psicóloga, no se realizó grabación a solicitud expresa de la participante, por lo que se tomaron notas durante la conversación.

En cuanto al proceso, las entrevistas con la psicóloga y la coordinadora se llevaron a cabo el 20 de mayo de 2025, mientras que la entrevista con la directora fue realizada el 28 de mayo de 2025, en espacios organizados por la propia Cruz Roja. Estas conversaciones permitieron comprender no sólo los avances y oportunidades que ofrece la alfabetización digital, sino también las principales barreras observadas en el acompañamiento de este colectivo, los desafíos técnicos y humanos enfrentados por el personal, y las necesidades emergentes que surgen en el contexto local.

El análisis de los datos se realizó mediante una lectura comprensiva de las transcripciones, seguida de una codificación temática alineada con los objetivos específicos de la investigación. Los resultados fueron organizados en torno a categorías para una mejor comprensión de los hallazgos.

3.4.4. Entrevistas grupales con personas mayores

Finalmente, se llevaron a cabo **dos entrevistas grupales** con personas mayores participantes de los programas de talleres de Cruz Roja en Segovia, con el fin de explorar sus percepciones, barreras, motivaciones y experiencias personales en relación con el uso de tecnologías digitales. Las sesiones se realizaron los días 20 y 27 de mayo de 2025, en espacios cedidos por la institución.

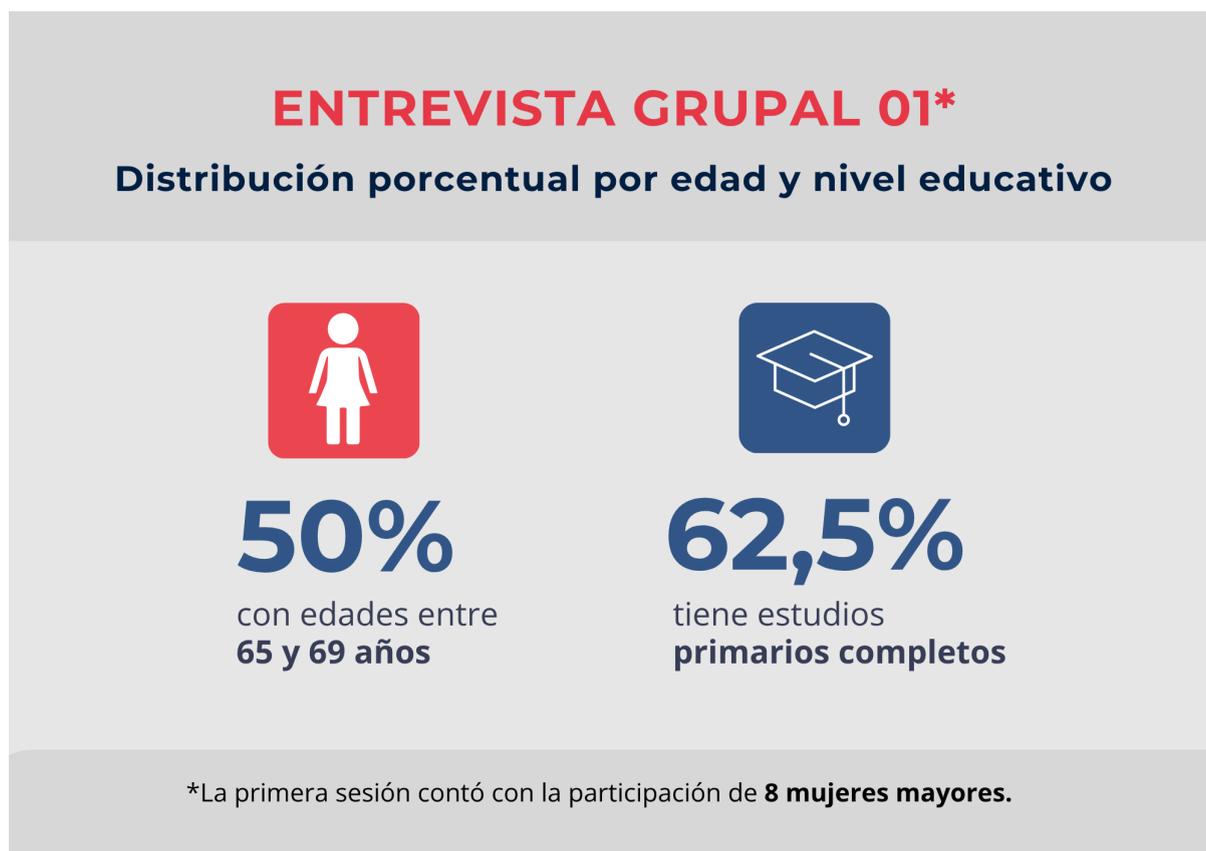
La **primera sesión** fue realizada con **mujeres participantes del taller de alfabetización digital con móviles**, personas que ya tenían una aproximación con la tecnología y mostraban mayor interés en mejorar sus competencias digitales. Estuvieron presentes 8 mujeres mayores, un voluntario hombre y la investigadora. Los perfiles² de las participantes son:

- **Participante 1:** entre 75 y 79 años, estudios primarios completos
- **Participante 2:** entre 65 y 69 años, estudios primarios completos
- **Participante 3:** entre 70 y 74 años, estudios primarios completos
- **Participante 4:** entre 65 y 69 años, estudios primarios completos
- **Participante 5:** entre 80 y 84 años, estudios primarios completos
- **Participante 6:** entre 65 y 69 años, estudios primarios incompletos
- **Participante 7:** entre 65 y 69 años, estudios secundarios incompletos
- **Participante 8:** entre 70 y 74 años, estudios superiores o universitarios

La [Figura 7](#) ofrece una panorámica del grupo participante correspondiente a la Entrevista Grupal 01.

² Para preservar el anonimato de las participantes y garantizar la confidencialidad de la información recogida, se han utilizado rangos de edad aproximados en lugar de edades exactas. Esta decisión busca proteger la identidad de las personas involucradas, especialmente en un grupo reducido, donde la combinación de edad y nivel educativo podría facilitar su identificación.

Figura 7: Grupo 01 - Distribución porcentual por edad y nivel educativo (Segovia, mayo de 2025).



Fuente: *Elaboración propia a partir de los datos recogidos durante los grupos focales realizados con personas mayores usuarias de Cruz Roja Segovia (2025).*

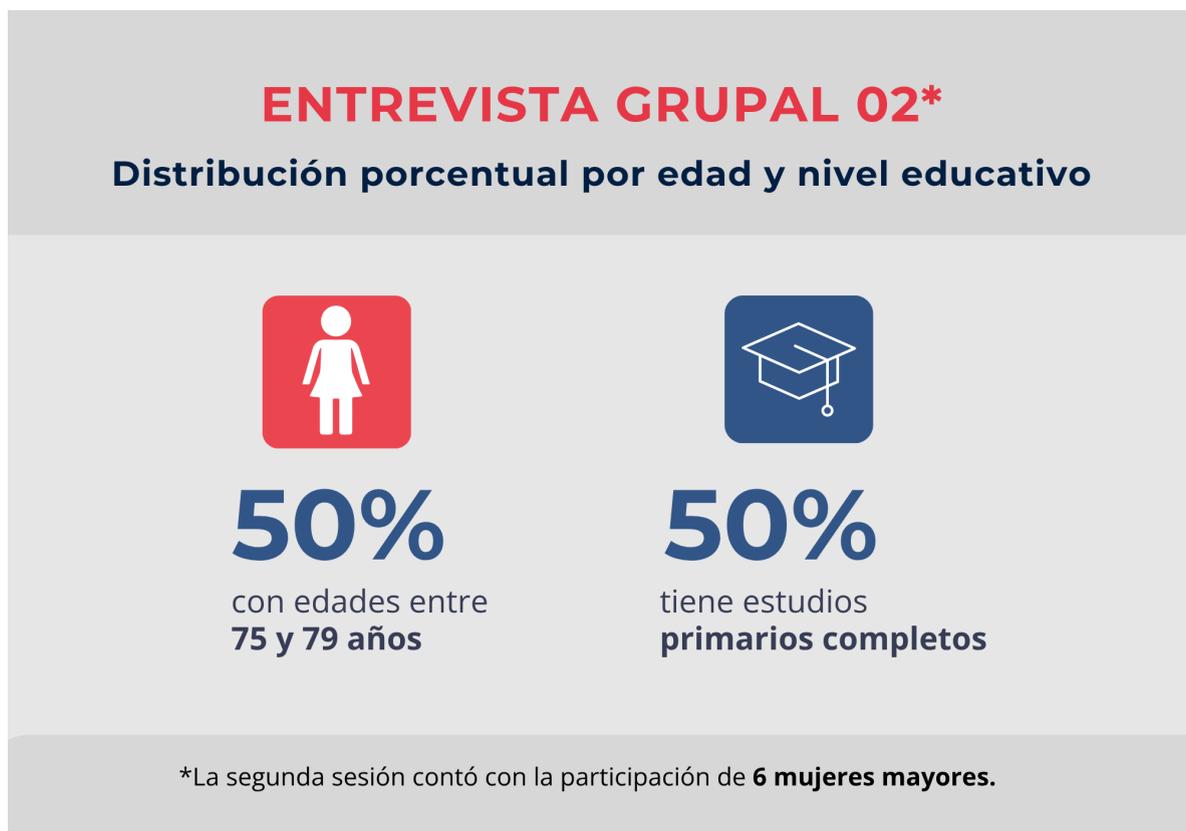
La **segunda sesión** se llevó a cabo con **6 mujeres mayores que participan del taller de ejercicios de memoria**, un grupo caracterizado por tener edades más avanzadas y menor familiaridad con la tecnología. Este grupo mostró inicialmente menos motivación hacia el uso digital, lo cual aportó una perspectiva contrastante y muy valiosa al estudio. Estuvieron acompañadas por 2 voluntarias mujeres de Cruz Roja y la investigadora. Los perfiles³ de las participantes son:

³ Para preservar el anonimato de las participantes y garantizar la confidencialidad de la información recogida, se han utilizado rangos de edad aproximados en lugar de edades exactas. Esta decisión busca proteger la identidad de las personas involucradas, especialmente en un grupo reducido, donde la combinación de edad y nivel educativo podría facilitar su identificación.

- **Participante 1:** entre 75 y 79 años, estudios secundarios incompletos
- **Participante 2:** entre 75 y 79 años, estudios primarios completos
- **Participante 3:** entre 80 y 84 años, estudios primarios completos
- **Participante 4:** entre 85 años o más, estudios primarios completos
- **Participante 5:** entre 70 y 74 años, estudios primarios incompletos
- **Participante 6:** entre 75 y 79 años, estudios primarios incompletos

La [Figura 8](#) ofrece una panorámica del grupo participante correspondiente a la Entrevista Grupal 02.

Figura 8: Grupo 02 - Distribución porcentual por edad y nivel educativo (Segovia, mayo de 2025).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos durante los grupos focales realizados con personas mayores usuarias de Cruz Roja Segovia (2025).

Cabe destacar que **no participaron hombres mayores** en las entrevistas grupales. Según lo observado en los talleres y confirmado por el equipo técnico, la participación en actividades digitales de Cruz Roja es mayoritariamente femenina.

Como se destacó anteriormente ([sección 3.5.1](#)), la ausencia de hombres mayores en las entrevistas grupales no se debe a una decisión metodológica preestablecida en esta investigación, sino que responde al contexto observado en los talleres, donde la participación fue exclusivamente femenina. Esta tendencia podría estar relacionada tanto con patrones socioculturales, como una menor disposición de los hombres mayores a participar en actividades grupales de aprendizaje, y a factores demográficos, como la mayor esperanza de vida de las mujeres y la viudez entre ellas, lo que las motiva a buscar espacios de socialización.

Ambas sesiones fueron utilizados un **guión semiestructurado** ([véase el Anexo 4](#)), diseñado en torno a los siguientes ejes temáticos:

- Barreras percibidas en el uso de la tecnología
- Percepción de utilidad
- Experiencias de aprendizaje
- Apoyo familiar
- Confianza digital

Estos fueron los ejes que orientaron el desarrollo de las entrevistas grupales, asegurando que los temas de interés de esta investigación fueran abordados de manera sistemática. Al mismo tiempo, el instrumento ofrecía la flexibilidad necesaria para adaptarse al flujo conversacional y permitir la exploración de temas emergentes.

Las entrevistas fueron grabadas en audio con consentimiento informado verbal ([véase el Anexo 5](#)), transcritas y anonimizadas, y posteriormente analizadas de forma cualitativa con base en categorías temáticas derivadas de los objetivos de investigación.

Este diseño metodológico diversificado permitirá una comprensión profunda, contextualizada y práctica del tema investigado, fortaleciendo la validez de los resultados y generando aportes significativos para el desarrollo de futuras políticas públicas y programas de inclusión digital dirigidos a personas mayores.

CAPÍTULO 4:

**MARCOS REGULATORIOS,
POLÍTICAS PÚBLICAS Y
BUENAS PRÁCTICAS**

“Soy mayor, no idiota.”

Carlos San Juan

En un contexto de envejecimiento acelerado de la población y de transformación digital de la vida cotidiana, es crucial identificar los marcos normativos y las políticas públicas que inciden en los derechos de las personas mayores. Este apartado aborda los marcos regulatorios y políticas desde una perspectiva internacional, estatal y regional/local, con especial atención al acceso a los servicios digitales y la inclusión tecnológica de las personas mayores.

4.1. Marcos y políticas de alcance internacional

A nivel internacional, la **Organización de las Naciones Unidas (ONU)** ha desempeñado un papel fundamental en el reconocimiento de los derechos de las personas mayores. La **Resolución 46/91** de la Asamblea General establece cinco principios fundamentales para el trato digno de las personas mayores: independencia, participación, cuidados, autorrealización y dignidad (ONU, 1991).

Cuando las personas mayores no tienen acceso a la tecnología o carecen de las habilidades necesarias para utilizarla, se vulneran múltiples derechos, afectando su calidad de vida e integración social. Las barreras más frecuentes incluyen la falta de recursos económicos, la escasa alfabetización digital y el diseño poco inclusivo de muchas plataformas tecnológicas (Organización Panamericana de la Salud, 2024). Un ejemplo de esta problemática se encuentra en el ámbito sanitario, donde la digitalización de servicios ha facilitado el acceso a consultas en línea y al monitoreo de enfermedades crónicas; sin embargo, millones de personas mayores aún no poseen las competencias digitales necesarias para beneficiarse de estas herramientas. En Estados Unidos, por ejemplo, 13 millones de personas mayores tienen dificultades para usar plataformas digitales de salud (Lam et al., 2020). Este fenómeno se replica también en Europa, incluida España.

La exclusión digital compromete además el acceso a la información, la participación cívica y la educación a lo largo de la vida. Las personas mayores que no dominan entornos digitales enfrentan dificultades para informarse, realizar trámites públicos y participar en debates sociales, lo que las sitúa en clara desventaja frente a generaciones más conectadas. Según Rosales y Fernández-Ardèvol (2019), la

alfabetización digital en mayores no solo mejora su autonomía, sino que reduce la exclusión social que enfrentan en un mundo crecientemente digitalizado.

Otro aspecto crítico es la participación social: quienes no utilizan herramientas como WhatsApp o redes sociales corren mayor riesgo de aislamiento, lo que puede derivar en soledad, depresión y pérdida de vínculos significativos. Además, la falta de competencias digitales impacta en la autonomía diaria, ya que muchas tareas básicas como hacer compras en línea o gestionar finanzas se vuelven inaccesibles. Esto puede generar dependencia de terceros, vulnerabilidad emocional y riesgos de seguridad digital, como fraudes o estafas online, especialmente en contextos donde la formación en ciberseguridad es escasa (AEPD, 2024).

El informe de HelpAge International reconoce el impacto de la exclusión digital en las personas mayores, la cual profundiza las desigualdades e impide su acceso a los derechos y su participación plena en la sociedad (HelpAge International, 2024, p. 17). En este marco, la inclusión digital aparece como una herramienta clave para garantizar estos principios en sociedades cada vez más digitalizadas.

Además, los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, s. f.), en particular los que se detallan a continuación, subrayan la necesidad de empoderar digitalmente a las personas mayores, promoviendo su acceso equitativo a servicios de salud, oportunidades educativas y participación plena en la sociedad.

A continuación, en la [Figura 9](#), se presentan los Objetivos de Desarrollo Sostenible que mantienen una estrecha relación con la necesidad de garantizar la inclusión digital de las personas mayores, especialmente en entornos rurales como la provincia de Segovia.

Figura 9: Representación visual de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) n.º 3, 4 y 10, vinculados al acceso equitativo a la salud, a la educación de calidad y a la reducción de las desigualdades.

<h2 style="text-align: center; color: red;">RELACIÓN ENTRE LOS ODS</h2> <h3 style="text-align: center;">y la inclusión digital de las personas mayores</h3>		
ODS	Objetivo clave	Inclusión digital y personas mayores
 <p>ODS 3: Salud y Bienestar</p>	Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades.	Acceso a telemedicina, recordatorios de medicación, redes sociales y herramientas que fomentan el bienestar emocional.
 <p>ODS 4: Educación de Calidad</p>	Garantizar una educación de calidad y promover oportunidades de aprendizaje.	Programas de alfabetización digital que fortalecen la autonomía, autoestima y adaptación tecnológica.
 <p>ODS 10: Reducción de desigualdades</p>	Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir las desigualdades sociales, económicas y digitales.	La alfabetización digital combate la exclusión, empodera a los mayores y ayuda a romper estereotipos asociados a la edad.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Naciones Unidas (2024). *Objetivos de Desarrollo Sostenible.*

El **ODS 3: Salud y Bienestar** resalta la importancia de mantener el bienestar físico, mental y emocional en todas las etapas de la vida. La tecnología puede ser una herramienta esencial para mejorar la calidad de vida de las personas mayores, al facilitar el acceso a servicios de telemedicina, recordatorios de medicación y monitoreo de la salud. Asimismo, el uso de tecnologías como las redes sociales y las aplicaciones de mensajería fortalece los vínculos humanos, reduciendo el aislamiento social y promoviendo un envejecimiento emocionalmente saludable. Las relaciones cercanas, potenciadas por herramientas digitales, contribuyen significativamente al bienestar integral de este grupo etario.

En cuanto al **ODS 4: Educación de Calidad**, este promueve el aprendizaje a lo largo de la vida como una vía para el empoderamiento y la inclusión. Ofrecer programas de alfabetización digital adaptados a las necesidades de las personas

mayores no solo les proporciona las habilidades necesarias para desenvolverse en un mundo digital, sino que también refuerza su autonomía y autoestima. Garantizar el acceso a una educación continua mejora su capacidad de adaptación frente a los cambios tecnológicos, favoreciendo su desarrollo personal y su participación activa en la sociedad.

Por su parte, el **ODS 10: Reducción de las Desigualdades** reconoce que la inclusión digital permite a las personas mayores participar plenamente en la sociedad digital, eliminando barreras que dificultan su acceso a servicios básicos y oportunidades económicas. Este objetivo busca empoderar a los colectivos más vulnerables, y garantizar que las personas mayores no queden rezagadas en un mundo digitalizado es fundamental para combatir los prejuicios etarios. La alfabetización digital no solo reduce la brecha tecnológica, sino que también otorga a este grupo un papel más activo y reconocido en la sociedad, ayudando a desmontar estereotipos que limitan su contribución.

En esta misma línea, entre 2020 y 2022 se llevó a cabo un proyecto de investigación internacional promovido por el **Instituto de la UNESCO** para el Aprendizaje a lo Largo de Toda la Vida (Katiyar, 2023). Este estudio tuvo como objetivo identificar los principales retos que enfrentan las personas mayores para acceder a oportunidades educativas continuas, así como formular recomendaciones de política pública que favorezcan el aprendizaje a lo largo de toda la vida. Se identificó que este tipo de aprendizaje aumenta la autonomía, promueve un envejecimiento saludable y activo, y enriquece la calidad de vida de las personas mayores.

El estudio también destacó la necesidad de diseñar acciones educativas adaptadas a contextos locales, como es el caso de Segovia, permitiendo compartir buenas prácticas entre regiones y garantizando que el aprendizaje permanente beneficie a personas de todas las edades y orígenes. Así, la educación a lo largo de la vida se consolida como un derecho clave en sociedades longevas, contribuyendo directamente a la inclusión digital, social y cívica de las personas mayores.

4.2. Marcos y políticas en la Unión Europea

En el contexto europeo, la inclusión digital de las personas mayores se ha convertido en una prioridad estratégica. La **Agenda de la Década Digital de Europa (2020–2030)**, impulsada por la Comisión Europea, constituye uno de los pilares clave para garantizar que todos los ciudadanos puedan ejercer sus derechos fundamentales en el entorno digital. Esta agenda establece cuatro metas principales: el desarrollo de competencias digitales, la digitalización de los servicios públicos, la digitalización de las empresas y la infraestructura digital segura y sostenible. Uno de sus objetivos concretos es que al menos el 80 % de las personas entre 16 y 74 años cuenten con competencias digitales básicas para 2030 (European Commission, 2021).

Sin embargo, los datos actuales muestran que tres de cada cuatro personas mayores de 65 años en la UE no alcanzan este nivel mínimo, lo que representa un riesgo significativo de exclusión digital para este grupo etario (European Union Agency for Fundamental Rights, 2023). Esta brecha digital no solo limita el acceso a servicios esenciales, sino que también pone en peligro el ejercicio pleno de derechos como el acceso a la salud, a la información y a la participación ciudadana. Además, la agenda se propone que **el 100 % de los servicios públicos esenciales estén disponibles en línea**, incluyendo el acceso universal a la historia clínica electrónica, lo que implica desafíos técnicos, educativos y de accesibilidad particularmente sensibles para las personas mayores.

Para dar respuesta a estos desafíos, la Unión Europea ha adoptado diversos instrumentos jurídicos orientados a garantizar la accesibilidad digital. Arrufat Pérez de Zafra y Alcaín Martínez (2018) señalan que la accesibilidad de los sitios web y aplicaciones móviles del sector público (Directiva UE 2016/2102) obliga a los Estados miembros a asegurar que los sitios web y aplicaciones móviles de organismos públicos cumplan con estándares técnicos de accesibilidad, como las Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG). Esta directiva también establece mecanismos de monitoreo y plazos concretos para la transposición en la legislación nacional, reforzando la rendición de cuentas por parte de las administraciones públicas.

Complementando esta normativa, también nos comenta Héctor Álvarez García (2025) sobre la Ley Europea de Accesibilidad (Directiva UE 2019/882) que busca armonizar los requisitos de accesibilidad para productos y servicios digitales como ordenadores, teléfonos inteligentes, cajeros automáticos, servicios bancarios en línea, plataformas de comercio electrónico y libros electrónicos. Esta legislación es especialmente relevante para las personas mayores, ya que garantiza que las soluciones tecnológicas cotidianas se diseñen de forma inclusiva, intuitiva y adaptada a sus necesidades.

Además de estas herramientas legales, la Unión Europea adopta un enfoque centrado en los derechos fundamentales, en línea con los tratados constitutivos y la *Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea* (Diario Oficial de las Comunidades Europeas, 2001), que reconoce expresamente derechos como el acceso a la información, la inclusión social y la no discriminación por razón de edad (art. 21 y 25).

En palabras del Consejo de la Unión Europea (2020), que publicó en sus *Conclusiones sobre los derechos humanos, la participación y el bienestar de las personas mayores en la era digital*, se destaca la siguiente reflexión:

La brecha digital intergeneracional es significativa y aumenta con la edad, lo que exige mejorar las capacidades digitales y la accesibilidad de los servicios. Por ello, se destaca la necesidad de apoyar la formación continua, el desarrollo de competencias tecnológicas y la configuración de servicios digitales accesibles y fáciles de usar para las personas mayores, sin excluir alternativas no digitales. También se recomienda fomentar la comunicación digital inclusiva, el acceso a recursos culturales y educativos en línea, y la participación remota en actividades sociales, políticas y cotidianas. (pp. 33–34)

Estas iniciativas reflejan el compromiso de la Unión Europea con una transformación digital justa e inclusiva. No obstante, su implementación efectiva requiere una coordinación estrecha entre los niveles europeo, estatal y local, así como políticas públicas con enfoque interseccional, que reconozcan la diversidad de experiencias, capacidades y necesidades dentro del grupo de personas mayores. En este sentido, la digitalización no debe ser un factor de exclusión, sino una herramienta para reforzar la justicia social, la equidad y el ejercicio pleno de los derechos humanos.

4.3. Políticas públicas e iniciativas para reducir la brecha digital en España

La brecha digital que afecta a las personas mayores en España no es solo una consecuencia del acelerado avance tecnológico, sino también de la falta de políticas públicas suficientemente adaptadas a las necesidades de este colectivo. De hecho, tal como señala el Centro de Investigaciones Sociológicas (2025), solo el 33% de los mayores de 75 años considera que los poderes públicos están priorizando acciones para mejorar su calidad de vida y reducir la brecha digital.

España enfrenta importantes desafíos derivados del envejecimiento poblacional. Se estima que, para el año 2050, más del 33 % de la población española tendrá 65 años o más, lo que exige una adaptación urgente de los servicios públicos y de las políticas sociales a las necesidades de este grupo etario (Eurostat, 2025). Este fenómeno demográfico, acompañado por un proceso de transformación digital acelerada, ha puesto en evidencia la necesidad de garantizar la inclusión digital de las personas mayores como parte esencial del ejercicio de sus derechos fundamentales.

Aunque existen estrategias a nivel estatal, como la Agenda España Digital 2026 (Gobierno de España, 2021), que contempla medidas específicas para fomentar la capacitación digital y mejorar la conectividad, diversos estudios señalan que estas acciones aún enfrentan desafíos importantes en su implementación, especialmente en la transformación de los objetivos en impactos concretos en la vida cotidiana de las personas mayores (Plaza Osorio, 2024; Colom, 2020).

Además, según Plaza Osorio (2024), existen grandes desigualdades territoriales. Mientras que comunidades como Madrid y algunas provincias (Huesca, Valladolid, Segovia) ofrecen iniciativas que abarcan los tres niveles de brecha, otras como Cantabria, La Rioja y Melilla cuentan con acciones limitadas, centradas principalmente en la segunda brecha digital. Es decir, aquellas dificultades relacionadas con el uso de la tecnología debido a la falta de habilidades digitales básicas, lo que impide que muchos ciudadanos, especialmente los mayores, aprovechen plenamente los recursos digitales disponibles en su vida cotidiana.

La falta de estas competencias digitales limita su acceso a servicios esenciales como la sanidad, la banca electrónica, la administración pública digital y las redes de comunicación, comprometiendo su autonomía, su bienestar y su participación activa en la vida social. En este sentido, garantizar el acceso igualitario a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) no debe considerarse un privilegio, sino un componente indispensable del derecho a la igualdad y la no discriminación por razón de edad (FRA, 2023).

Un ejemplo destacado de esta problemática es la iniciativa liderada por Carlos San Juan, un médico jubilado de 78 años, quien en 2022 lanzó la campaña "Soy mayor, no idiota" ([Fig. 10](#)) para denunciar la exclusión financiera que sufren las personas mayores debido a la digitalización de los servicios bancarios. A través de una petición en Change.org, Carlos Juan recogió 647.950 firmas, exigiendo un trato más humano en las sucursales bancarias y la preservación de la atención presencial para aquellos que no pueden adaptarse a las nuevas tecnologías (Levante-EMV, 2022).

Esta campaña logró visibilizar la problemática a nivel nacional y europeo, siendo reconocida con el Premio Ciudadano Europeo 2022 y respaldada por declaraciones del propio Carlos Juan, quien afirmó que "los mayores vulnerables han de quedar en una burbuja analógica" (Europa Press, 2023).

Figura 10: La campaña "Soy mayor, no idiota" visibiliza las dificultades que enfrentan las personas mayores en el acceso a servicios digitales, promoviendo un trato más inclusivo y accesible.



Fuente: Elaboración propia a partir de la imagen publicada en *Expansión* (2024). Imagen de archivo de Carlos San Juan.

En el ámbito de la salud, la digitalización representa una oportunidad, pero también un desafío para la equidad. El estudio *Bridging the Generational Digital Divide in the Healthcare Environment* de López de Coca et al. (2022) investiga cómo la exclusión digital afecta al acceso a los servicios sanitarios, centrándose en diferencias generacionales y socioeconómicas. La investigación combinó una revisión sistemática con una encuesta transversal a 881 pacientes en farmacias comunitarias y 168 farmacéuticos en España. Los resultados muestran que la edad, el nivel educativo y la ubicación influyen significativamente en la capacidad para utilizar tecnologías de salud digital. Las personas con menor escolarización presentan más dificultades para reservar citas médicas online, mientras que quienes tienen estudios superiores y viven en áreas urbanas son más propensos a buscar información sanitaria en Internet. Aproximadamente el 18,1 % de los pacientes necesitaron ayuda farmacéutica para agendar citas, y el 60 % de los farmacéuticos reportaron haber asistido a pacientes para descargar certificados de vacunación contra la COVID-19. Además, solo el 43 % de los encuestados buscan tratamientos nuevos en línea, y un 15,7 % reconoce no comprender las explicaciones médicas, siendo este problema más frecuente entre hombres, personas mayores y con menor

nivel educativo. El estudio subraya la necesidad de desarrollar programas de alfabetización digital en salud y mejorar la comunicación médica con los mayores, destacando el papel clave de los farmacéuticos como mediadores en la adopción de tecnologías digitales.

Aunque existen programas y estrategias impulsados por el gobierno central y las comunidades autónomas para fomentar la alfabetización digital, estos esfuerzos siguen siendo fragmentarios y de alcance limitado. Por su parte, Colom (2020) enfatiza que no basta con garantizar el acceso técnico a la tecnología; es necesario adoptar enfoques transversales, colaborativos e inclusivos que combinen acceso, formación, concienciación y el desarrollo de competencias críticas para un uso autónomo y seguro de las tecnologías. Según la autora, las iniciativas fragmentadas o centradas únicamente en la alfabetización básica no son suficientes para eliminar las múltiples brechas digitales que afectan especialmente a los grupos vulnerables, como las personas mayores, las mujeres y las poblaciones rurales.

4.4. Marcos y políticas en Castilla y León

En el ámbito regional, Castilla y León enfrenta un notable reto demográfico: es una de las comunidades autónomas más envejecidas de España. Según datos recientes, el 26,5 % de la población castellanoleonesa tiene 65 años o más, superando con creces la media nacional del 20,1 %. Además, más del 9 % tiene 80 años o más, lo que evidencia un grado de sobreenvjecimiento significativo (Junta de Castilla y León, 2025).

Ante este escenario, la Junta de Castilla y León aprobó en 2025 la Estrategia de cuidados de larga duración y fomento del envejecimiento activo y saludable, que contempla líneas específicas para la inclusión digital de las personas mayores, especialmente en entornos rurales como la provincia de Segovia. Esta estrategia reconoce que la digitalización puede ser una herramienta para reforzar la autonomía, mejorar la atención y facilitar la vida cotidiana de las personas mayores, pero también advierte que la brecha digital constituye un factor de riesgo para la exclusión social y la dependencia.

Uno de los ejes estratégicos se centra en la innovación tecnológica aplicada a los cuidados, apostando por el desarrollo de ecosistemas inteligentes en el hogar, el uso de sensores no invasivos, dispositivos domóticos y soluciones digitales personalizadas. El documento plantea que estas tecnologías deben diseñarse desde un enfoque centrado en la persona, promoviendo la accesibilidad universal, la usabilidad y la capacitación digital adaptada a los mayores (véase la [Figura 11](#)).

En el caso concreto de Segovia, el envejecimiento poblacional se acentúa por el contexto rural y disperso del territorio, lo que dificulta el acceso equitativo a servicios presenciales y digitales. Esta situación refuerza la necesidad de fortalecer la alfabetización digital de las personas mayores como un derecho esencial, para que puedan acceder a trámites en línea, consultar información sanitaria o utilizar servicios como la teleasistencia avanzada, que forma parte del catálogo de soluciones tecnológicas promovidas por la estrategia regional.

La estrategia contempla también el impulso de centros tecnológicos de innovación en servicios sociales, donde se testean herramientas digitales adaptadas a las necesidades de la población mayor. Estas soluciones incluyen el uso de asistentes virtuales, tecnologías predictivas para la atención domiciliaria y la incorporación progresiva de la inteligencia artificial en procesos de evaluación y seguimiento de la dependencia.

Figura 11: Ejes de la Estrategia para el envejecimiento activo y saludable en Castilla y León (2025).



Fuente: *Elaboración propia con base en la Estrategia de cuidados de larga duración y fomento del envejecimiento activo y saludable en Castilla y León 2021-2025 (Junta de Castilla y León, 2025).*

Asimismo, se prevé una inversión pública de más de 1.800 millones de euros para el período 2025–2027, destinada a consolidar un modelo de cuidados que integre las TIC de forma inclusiva, eficaz y ética. Esta orientación se alinea con el marco europeo de transformación digital y con los principios del Pilar Europeo de Derechos Sociales, que exige garantizar que nadie quede atrás en la era digital, especialmente las personas mayores y vulnerables.

Un ejemplo concreto de política regional orientada a reducir la brecha digital es el Programa CYL Digital, impulsado por la Junta de Castilla y León. En la provincia de Segovia, este programa ha alcanzado a más de 3.500 usuarios desde su apertura en 2013, y cuenta actualmente con 25 centros asociados en el medio rural, donde se han desarrollado más de 2.500 actividades formativas presenciales. Estos espacios ofrecen formación tecnológica gratuita en competencias digitales, con el objetivo de promover la igualdad de oportunidades independientemente del lugar de residencia, lo cual resulta especialmente relevante en zonas rurales envejecidas

como Segovia. La iniciativa está especialmente dirigida a colectivos con mayores dificultades de acceso a la Sociedad de la Información, como personas mayores, ofreciendo desde nociones básicas como el uso de aplicaciones sanitarias hasta contenidos más avanzados como inteligencia artificial o ciberseguridad (El Adelantado, 2024). A continuación, vea en la Figura 12 una síntesis del programa CYL Digital con la información principal:

Figura 12: Programa CYL Digital: formación tecnológica para la ciudadanía en Castilla y León.



Fuente: Elaboración propia con base en información de la Junta de Castilla y León (2024).

Castilla y León, por tanto, no solo reconoce la existencia de una brecha digital vinculada a la edad, sino que propone políticas activas para superarla desde el ámbito regional, adaptando las innovaciones tecnológicas al contexto rural, promoviendo la formación digital y garantizando el acceso a herramientas que pueden mejorar significativamente la calidad de vida de las personas mayores.

4.5. Buenas prácticas globales en comunicación para la inclusión digital de personas mayores

Las campañas seleccionadas se basan en el tema de la brecha digital, con un enfoque especial en aquellas dirigidas a las personas mayores. Estas campañas fueron investigadas principalmente a través de búsquedas en Google, y en la [Tabla 4](#) se incluyen campañas de países como Brasil, Estados Unidos, y en su mayoría, de España. Los criterios para elegir las fueron:

1. **Enfoque en la brecha digital:** Campañas que abordan la falta de acceso y el desconocimiento de las tecnologías digitales por parte de la población mayor.
2. **Ruptura de estereotipos:** Algunas de las campañas también se centran en desafiar los estereotipos asociados a las personas mayores, mostrando su capacidad para adaptarse y utilizar nuevas tecnologías.
3. **Variedad de formatos y enfoques:** Se incluyeron campañas en diferentes formatos, como videos, talleres educativos, acciones comunitarias y campañas publicitarias.

Las cinco campañas seleccionadas reflejan una serie de buenas prácticas tanto en términos de gestión como en comunicación. Cada una de ellas aborda, desde distintas perspectivas, los desafíos de la inclusión digital en las personas mayores y ofrece aportes significativos en términos de comunicación, gestión, creatividad y resultados, convirtiéndose en referencias valiosas para la propuesta de campaña que desarrollaré en mi proyecto para solucionar la cuestión de la brecha digital en las personas mayores en Segovia, a través de Cruz Roja.

En cuanto a la gestión, se observa que muchas de las iniciativas se centran en garantizar la inclusión y la accesibilidad. Por ejemplo, se hace uso de plataformas digitales conocidas o se ofrece soporte personalizado, como líneas telefónicas de ayuda técnica o canales de WhatsApp, facilitando la participación de las personas mayores. Además, algunas de estas campañas ofrecen formación continua, ya sea a través de talleres presenciales o recursos en línea, permitiendo que los participantes desarrollen habilidades digitales a su propio ritmo. Un aspecto

relevante de la gestión de estas campañas es la creación de espacios intergeneracionales, como en el caso de varias iniciativas que promueven el intercambio entre jóvenes y mayores, favoreciendo tanto la empatía como el aprendizaje mutuo.

En términos de comunicación, las buenas prácticas son evidentes en el uso de un lenguaje accesible y visualmente atractivo. Muchas de las campañas, se destacan por utilizar recursos multimedia, como videos y gráficos, que facilitan la comprensión de los mensajes por parte de la audiencia mayor. Este enfoque visual y simplificado es clave para hacer que la información llegue de forma efectiva a este público.

A continuación, se analizan cinco campañas seleccionadas por su relevancia en relación con los objetivos y las hipótesis de esta investigación. Estas iniciativas abordan de forma efectiva la brecha digital, la promoción del aprendizaje tecnológico entre personas mayores y la ruptura de estereotipos asociados al envejecimiento. Además, presentan buenas prácticas de comunicación y gestión que contribuyen al empoderamiento digital y a la inclusión social de este grupo.

Tabla 4: Análisis comparativo de campañas y acciones internacionales de inclusión digital para personas mayores.

Nombre de la campaña	Link	Copy	Imagen	Descriptivo de la estrategia	Canales	Tono	Grado de eficiencia	Coherencia entre problema y comunicación
<p>Soñar mi propia vida Fundación Pilares</p>	<p>Aquí</p>	<p>“Hemos vivido toda nuestra vida sin necesidad de utilizar la tecnología, hasta que, de la noche a la mañana, empezamos a tener dificultades para hacer cosas tan básicas como acceder a nuestro propio dinero. Ahora, todos los trámites oficiales se hacen por internet. Yo soy de una generación en la que internet ni siquiera era un sueño. Y ahora me pregunto: ¿tengo derecho a soñar mi propia vida?”</p>	<p>El vídeo utiliza un único plano, grabado en una sala donde los jóvenes son entrevistados individualmente. Después, se les entregan audífonos para que escuchen la voz en off de una mujer mayor compartiendo su testimonio.</p>	<p>El vídeo muestra a jóvenes hablando sobre su uso cotidiano de la tecnología. Al ser preguntados por la brecha digital, no saben qué es. Luego escuchan el testimonio en off de una mujer mayor que relata sus dificultades con la tecnología, generando un contraste reflexivo.</p>	<p>Video</p>	<p>Reflexivo y emocional</p>	<p>Alto. La campaña logra que los jóvenes comprendan las dificultades reales que enfrentan las personas mayores en el entorno digital, generando empatía al vincular esas experiencias con las de sus propios abuelos.</p>	<p>Muy coherente. Ya que sensibiliza a los jóvenes sobre la brecha digital en personas mayores y fomenta el voluntariado en alfabetización digital.</p>

<p>¡Plántale cara a la brecha digital! Fundación Pílares</p>	<p>Aquí</p>	<p>“Tenemos que seguir avanzando y abrazar la vida desde una pantalla, con letras pequeñas y palabras extrañas. Palabras que ahora hacemos nuestras y que ya nos suenan familiares; ya no son obstáculos, sino el reflejo de pequeñas batallas que vamos ganando. Las nuevas tecnologías pueden ser tus aliadas.”</p>	<p>Se muestra el día a día de una mujer mayor utilizando tecnología en distintas situaciones: con el ordenador portátil, el teléfono móvil y en un cajero automático, mientras suena la narración en off con el texto principal.</p>	<p>La campaña busca transmitir que es posible para las personas mayores incorporar la tecnología en su vida cotidiana y convertirla en una aliada. A diferencia de otras iniciativas dirigidas a públicos más jóvenes, esta campaña habla directamente a las personas mayores, reforzando su autoestima digital e invitándolas a superar el miedo a lo nuevo.</p>	<p>Video</p>	<p>Emocional y esperanzador</p>	<p>Alto. La campaña es efectiva porque habla directamente al público objetivo con una narrativa cercana y motivadora. Representa de forma positiva la capacidad de adaptación de las personas mayores, reforzando la idea de que cada pequeño avance con la tecnología es una conquista.</p>	<p>Muy coherente. Ya que también quiere romper estereotipos mostrando la autonomía tecnológica de las personas mayores.</p>
<p>Trailer Voluntariado y Mayores Cyber Seniors</p>	<p>Aquí</p>	<p>“La brecha generacional nunca ha sido más amplia. Esta es una historia sobre intentar cerrarla.” El video presenta diálogos espontáneos entre personas mayores y jóvenes voluntarios durante las sesiones.</p>	<p>Combina escenas del programa en acción con entrevistas a participantes, en un tono divertido y dinámico. También aparecen frases claves escritas en</p>	<p>Se dirige tanto a personas mayores como a jóvenes. Por un lado, muestra que las personas mayores pueden aprender cuando cuentan con apoyo. Por otro, motiva a los jóvenes a participar como voluntarios, con</p>	<p>Video y taller</p>	<p>Inspirador, divertido y cercano</p>	<p>Alto. El video es claro, emocional y divertido, logrando captar tanto la atención de los jóvenes como el interés de los mayores. Incentiva la acción voluntaria de forma eficaz, al</p>	<p>Muy coherente. Ya que refuerza el aprendizaje intergeneracional como vía para cerrar la brecha digital.</p>

		Frases como “¿Has oído hablar de YouTube? —Sí, pero no tengo idea de qué es”.	la pantalla con sonido de teclado.	mensajes como “Nunca eres demasiado joven para marcar la diferencia.”			mismo tiempo que muestra resultados reales y positivos del programa.	
Diversos Tutoriales Generations on Line	Aquí	El lenguaje es accesible y cercano, con textos que conversan directamente con el lector. La redacción está pensada para simplificar los contenidos sin subestimar al público, facilitando la comprensión sin generar frustración.	Se utilizan íconos ilustrativos, colores contrastantes y tipografías grandes. El diseño es funcional y accesible, lo que permite una navegación intuitiva, incluso para quienes tienen menos familiaridad con la tecnología.	La plataforma ofrece tutoriales simples, visuales y dinámicos sobre distintos temas digitales relevantes para personas mayores. Incluye quizzes interactivos, explicaciones claras y contenidos diseñados para ser comprensibles sin asistencia, favoreciendo el aprendizaje autónomo.	Sitio Web	Claro, cercano y didáctico	Medio. Aunque la plataforma está muy bien diseñada para el público mayor, su impacto depende de que alguien la recomiende o enseñe a acceder a los contenidos. Sin esa mediación inicial, muchos usuarios podrían no llegar a aprovechar el recurso por completo.	Coherente. A través de un contenido pensado especialmente para este público, la propuesta está alineada con el problema.

<p>Consejos de Abuela Banco Itaú Brasil</p>	<p>Aquí Aquí Aquí Aquí</p>	<p>Una conversación ligera entre dos amigas mayores y sus invitados jóvenes. Frases como “Tengan mucha paciencia para enseñarle a su abuela a usar el celular. Porque la abuela aprende... ¡y luego se le olvida!” muestran el tono cercano.</p>	<p>El programa se graba en un ambiente acogedor, en una sala de estar, simulando una charla entre amigas.</p>	<p>En algunos episodios, se invitaron a influencers jóvenes a compartir una charla con las protagonistas. Durante el encuentro, enseñan expresiones actuales, explican cómo funcionan las redes sociales y aplicaciones digitales, y dialogan sobre sus diferencias generacionales, de manera divertida y espontánea.</p>	<p>Video</p>	<p>Amigable, divertido y cálido</p>	<p>Alto. Genera identificación, conecta generaciones y transmite un mensaje positivo sobre el aprendizaje digital. Además, alcanza gran difusión e impacto emocional en las redes sociales.</p>	<p>Muy coherente. Ya que rompe estereotipos de forma eficaz, mostrando que las personas mayores pueden aprender con humor, y que los jóvenes pueden ser aliados en este proceso.</p>
--	--	--	---	---	--------------	-------------------------------------	--	---

Fuente: *Elaboración propia a partir de materiales institucionales de diversas organizaciones internacionales (2016–2022), como Fundación Pilares, Cyber Seniors, Generations on Line y Banco Itaú.*

4.5.1. Campaña: Soñar mi propia vida – Fundación Pilares

La campaña “Soñar mi propia vida”, impulsada por la Fundación Pilares, constituye un ejemplo significativo de comunicación social centrada en la sensibilización intergeneracional sobre la brecha digital. A través de una estrategia audiovisual simple pero potente (Fig. 13), la campaña invita a jóvenes a reflexionar sobre las desigualdades tecnológicas que enfrentan las personas mayores, utilizando como eje narrativo el testimonio en primera persona de una mujer mayor.

Figura 13: Campaña “Soñar mi propia vida”, impulsada por la Fundación Pilares, que sensibiliza a jóvenes sobre la brecha digital.



Fuente: Imágenes del video de la campaña “Soñar mi propia vida”, publicado en diciembre de 2022. Disponible en: [SOÑAR MI PROPIA VIDA](#)

El vídeo se desarrolla en un único plano, en el que jóvenes son entrevistados individualmente y se les pregunta sobre su relación cotidiana con la tecnología. Cuando se les interroga acerca de la brecha digital, muchos de ellos desconocen el término. Posteriormente, se les entregan audífonos a través de los cuales escuchan

la voz en off de una mujer mayor que relata con emoción sus dificultades para adaptarse a un mundo digitalizado: “Yo soy de una generación en la que internet ni siquiera era un sueño. Y ahora me pregunto: ¿tengo derecho a soñar mi propia vida?” (Fundación Pilares, 2022b, 02:30). Este contraste narrativo genera un efecto reflexivo profundo, al vincular el testimonio ajeno con las experiencias personales de los jóvenes y de sus propios abuelos.

El tono emocional y pausado del mensaje, junto con la escenografía sobria del vídeo, refuerza la autenticidad del relato. La campaña demuestra el poder del testimonio personal como recurso comunicativo capaz de generar empatía y conciencia social en audiencias jóvenes. En lugar de centrarse únicamente en datos o diagnósticos técnicos, apela a las emociones y a la conexión humana para construir una narrativa más cercana e inclusiva.

Desde el punto de vista estratégico, esta campaña resulta altamente coherente con los objetivos de alfabetización digital, al posicionar a los jóvenes como posibles agentes de cambio social. Su propuesta está alineada con la hipótesis planteada en este estudio, que considera que la participación activa de la juventud en iniciativas solidarias puede ser clave para reducir la brecha digital intergeneracional. “*Soñar mi propia vida*” no solo visibiliza una problemática real, sino que ofrece una vía concreta de implicación social basada en el entendimiento y el acompañamiento.

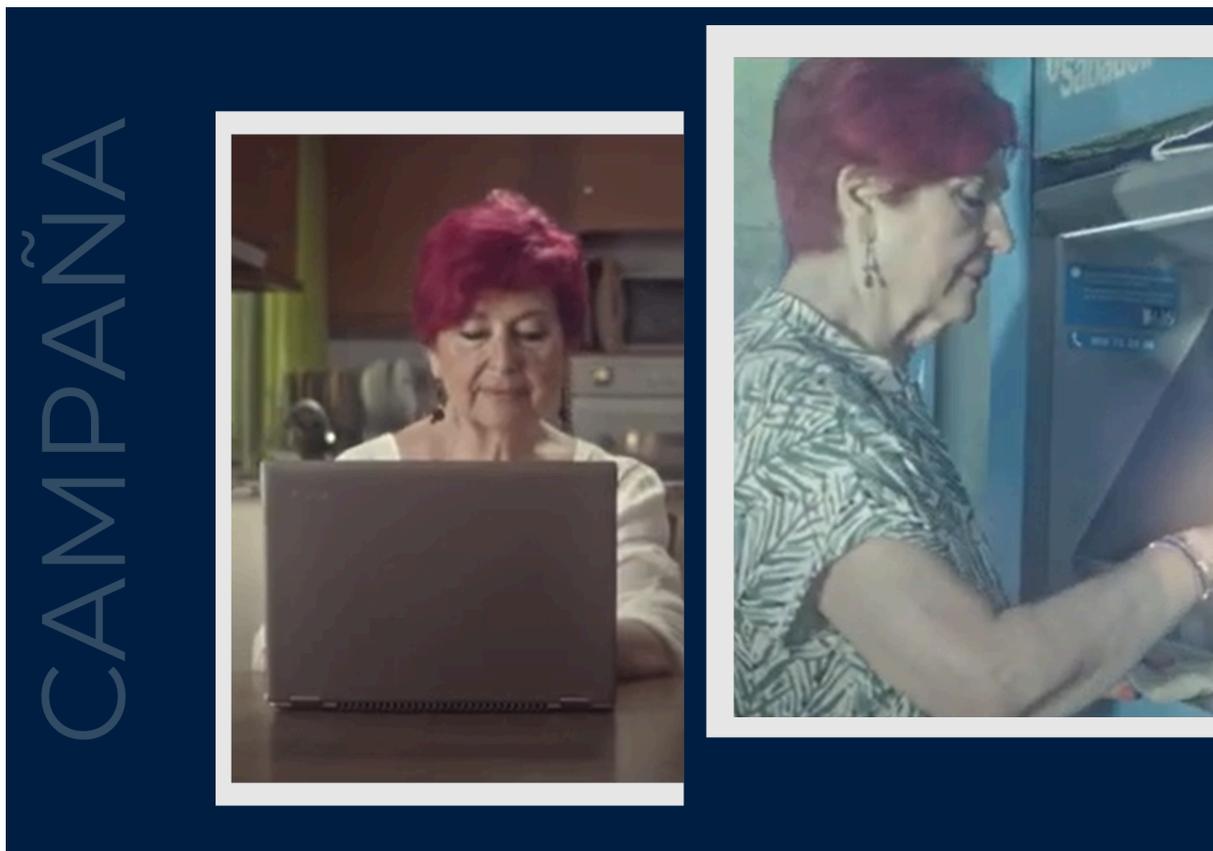
4.5.2. Campaña: “¡Plántale cara a la brecha digital!” – Fundación Pilares

La campaña “*¡Plántale cara a la brecha digital!*”, lanzada por la Fundación Pilares, constituye un ejemplo poderoso de comunicación directa y motivadora dirigida a personas mayores. A diferencia de otras iniciativas centradas en el público joven o en el entorno familiar, esta propuesta interpela de forma explícita a las personas mayores, invitándolas a superar el miedo a lo desconocido y a integrar la tecnología en su vida cotidiana como una herramienta de autonomía y empoderamiento.

El vídeo, de tono emocional y esperanzador, muestra a una mujer mayor utilizando diferentes dispositivos digitales, como ordenador, teléfono móvil, cajero automático

(Fig. 14), mientras una voz en off narra un texto que reconoce los desafíos de la digitalización, pero al mismo tiempo celebra los pequeños logros alcanzados: “Palabras que ahora hacemos nuestras y que ya nos suenan familiares; ya no son obstáculos, sino el reflejo de pequeñas batallas que vamos ganando” (Fundación Pilares, 2022a, 00:33). Esta narrativa transforma la dificultad en conquista, reforzando la autoestima digital del público destinatario.

Figura 14: Campaña “¡Plántale cara a la brecha digital!”, de Fundación Pilares, que muestra el uso cotidiano de la tecnología por una mujer mayor.



Fuente: Imágenes del video de la campaña “¡Plántale cara a la brecha digital!”, publicado en noviembre de 2022. Disponible en: [¡PLÁNTALE CARA A LA BRECHA DIGITAL!](#)

La campaña destaca por romper estereotipos de forma efectiva. En lugar de retratar a las personas mayores como dependientes o desconectadas, las presenta como activas, competentes y capaces de adaptarse al entorno digital. El mensaje se construye con autenticidad y sin condescendencia, lo que potencia su credibilidad y cercanía.

Desde una perspectiva comunicativa, esta estrategia es altamente coherente con los objetivos de alfabetización digital y puede servir de base para diseñar mensajes empoderadores en propuestas futuras, como las planteadas en este trabajo. Al representar positivamente la capacidad de aprendizaje de las personas mayores, la campaña contribuye a un cambio de narrativa que no solo visibiliza, sino que dignifica su rol en la sociedad digital en la que vivimos.

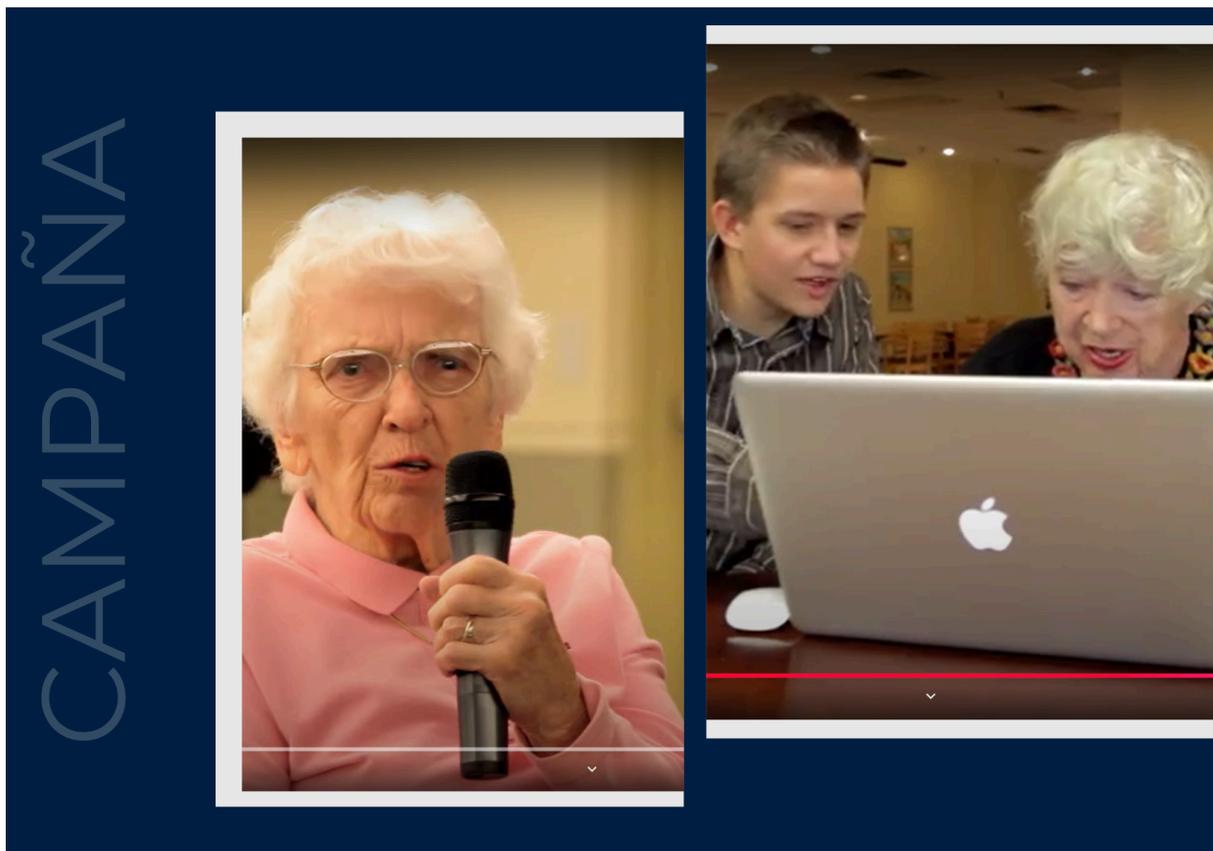
4.5.3. Campaña: Trailer Voluntariado y Mayores – Cyber Seniors

La campaña *Cyber-Seniors*, presentada a través de un vídeo promocional dinámico y emocional, constituye un modelo ejemplar de aprendizaje intergeneracional con enfoque comunitario. Su narrativa gira en torno a la idea de que la brecha digital puede reducirse eficazmente cuando jóvenes y mayores se encuentran en un espacio común de aprendizaje y apoyo mutuo.

La propuesta combina humor, espontaneidad y testimonios reales para crear un contenido atractivo que visibiliza los beneficios del acompañamiento voluntario entre generaciones. El vídeo incluye escenas espontáneas de interacción entre jóvenes voluntarios y personas mayores, alternadas con entrevistas breves ([Fig.15](#)). Los diálogos son divertidos y reflejan dudas reales y cotidianas de las personas mayores frente al mundo digital, lo que contribuye a la autenticidad del relato: “¿Usted podría hablar un poco de ese Face... Facebook para encontrar amigos?” (*Cyber-Seniors*, 2019, 00:04), o “¿Ha oído hablar de YouTube? - Sí, pero no tengo idea de qué es eso” (*Cyber-Seniors*, 2019, 00:20). A través de este enfoque, la campaña consigue hablar simultáneamente a ambos públicos: por un lado, muestra que las personas mayores pueden aprender nuevas tecnologías si cuentan con apoyo cercano; por otro, motiva a los jóvenes a participar activamente como voluntarios tecnológicos, transmitiendo un mensaje de responsabilidad social y protagonismo juvenil.

Además, el vídeo utiliza frases destacadas en pantalla que funcionan como mensajes motivacionales tanto para jóvenes como para mayores, como “Nunca eres demasiado joven para marcar la diferencia” o “Todos sabemos lo difícil que es aprender algo nuevo, pero realmente sentimos que esto puede cambiar tu vida” (Cyber-Seniors, 2019, 01:47).

Figura 15: Campaña “Cyber Seniors Trailer”, de Cyber-Seniors, que muestra el aprendizaje digital compartido entre jóvenes voluntarios y personas mayores.



Fuente: Imágenes del video de la campaña “Cyber Seniors Trailer”, publicado en noviembre de 2019. Disponible en: https://youtu.be/e_RU79Mgd9M?si=36mD5yf97jKMSabS

El tono general del material es inspirador, divertido y cercano, lo cual lo convierte en una herramienta eficaz tanto para la sensibilización como para la acción. A diferencia de campañas más institucionales, *Cyber-Seniors* se basa en el testimonio cotidiano, en la risa compartida, en el proceso de descubrimiento conjunto entre generaciones, mostrando resultados positivos y reales.

Esta iniciativa respalda de manera directa la hipótesis de este estudio, que plantea que el voluntariado intergeneracional puede ser una vía clave para el empoderamiento digital de las personas mayores. Además, representa una idea de proyecto perfectamente adaptable al contexto de Cruz Roja Española, particularmente a través del programa Cruz Roja Juventud. A partir de su experiencia territorial y su red de voluntariado, sería posible implementar acciones similares como visitas a domicilio o mentorías tecnológicas personalizadas, abarcando no solo el uso del teléfono móvil, sino también otras tareas digitales del hogar.

Este modelo no solo contribuye a la alfabetización tecnológica, sino que también combate la soledad no deseada, promoviendo un acompañamiento más humano y cercano. En suma, *Cyber-Seniors* es una campaña coherente, efectiva y replicable, que demuestra cómo la creatividad comunicativa puede ser puesta al servicio de una causa social de alto impacto.

4.5.4. Iniciativa “Generations on Line” – Tutoriales digitales para mayores

La plataforma *Generations on Line* ofrece una propuesta didáctica y accesible que se presenta como una referencia directa para el diseño de materiales formativos dirigidos a personas mayores. Su enfoque se centra en facilitar el aprendizaje digital autónomo a través de tutoriales simples, visuales e interactivos. La interfaz está cuidadosamente adaptada a las necesidades de este grupo etario: utiliza tipografía de gran tamaño, colores contrastantes, íconos ilustrativos y un lenguaje claro, cercano y respetuoso.

Uno de los aspectos más destacados de la plataforma es su capacidad de traducir lo complejo en comprensible sin subestimar al público. Los textos conversan directamente con el lector, guiando paso a paso en el uso de herramientas digitales como correo electrónico, navegadores web o aplicaciones móviles. Además, la incorporación de *quizzes* y ejercicios interactivos permite reforzar el contenido de forma lúdica, promoviendo el aprendizaje activo.

Esta iniciativa representa un modelo valioso para Cruz Roja, tanto como recurso de apoyo a talleres presenciales y consultas domiciliarias, como también para la elaboración de materiales que acompañen a los procesos de inclusión digital a largo plazo. Aunque su impacto depende, en muchos casos, de una mediación inicial por parte de un voluntario o familiar que oriente al usuario hasta la plataforma, una vez superado ese primer paso, *Generations on Line* proporciona un entorno seguro y motivador que fomenta la independencia tecnológica de las personas mayores.

Desde la perspectiva de este estudio, esta propuesta con su coherencia comunicativa y funcionalidad pedagógica demuestran que es posible construir experiencias de aprendizaje que respeten el ritmo, los intereses y las capacidades del público mayor, facilitando su participación activa en la sociedad digital.

4.5.5. Campaña: “Conselhos de Vó” – Banco Itaú Brasil

La campaña “*Conselhos de Vó*”, desarrollada por el Banco Itaú en formato de canal de YouTube, representa una propuesta innovadora y afectiva que contribuye a la inclusión digital de las personas mayores desde una perspectiva positiva y empática (Fig. 16). A través de episodios grabados en un ambiente hogareño y cálido, dos mujeres mayores conversan con jóvenes, incluyendo a influencers, sobre tecnología, redes sociales y lenguaje digital, en un formato relajado que simula una charla entre amigas.

Uno de los mayores aciertos de la campaña es su capacidad de romper estereotipos sin recurrir a discursos convencionales. En lugar de representar a las personas mayores como pasivas o desconectadas, las muestra como curiosas, activas y con sentido del humor. Frases como “Tengan mucha paciencia para enseñarle a su abuela a usar el celular. Porque la abuela aprende... ¡y luego se le olvida!” (Itaú, 2016, 00:16) reflejan una actitud abierta hacia el aprendizaje, al mismo tiempo que generan cercanía e identificación.

El tono del contenido es amigable, divertido y cálido. La campaña logra una fuerte conexión emocional con públicos de diferentes edades, promoviendo una visión optimista del proceso de aprendizaje digital. Al dirigirse simultáneamente a personas

mayores y jóvenes, refuerza la idea de que la tecnología puede ser un puente entre generaciones, no una barrera. En este sentido, funciona también como una herramienta de sensibilización social, mostrando que los mayores pueden aprender cuando cuentan con acompañamiento afectivo y paciente.

Figura 16: Campaña “#ConselhosDeVó”, del Banco Itaú, que muestra un momento de conversación intergeneracional entre mujeres mayores y jóvenes.



Fuente: Imágenes del video de la campaña “#ConselhosDeVó”, publicado en julio de 2016.
Disponible en: <https://www.facebook.com/itau/videos/>

Desde una perspectiva estratégica, *Conselhos de Vó* puede servir de inspiración para proyectos de comunicación en Cruz Roja que busquen promover el voluntariado intergeneracional o difundir contenidos educativos de forma accesible. Su combinación de humor, afectividad y representación positiva es clave para construir narrativas transformadoras y empoderadoras, alineadas con los principios de comunicación inclusiva propuestos en este estudio.

CAPÍTULO 5:

**CASO DE ESTUDIO:
CRUZ ROJA**

*“Aprender en la vejez no es un privilegio,
es un derecho fundamental.”
Abad Alcalá*

5.1. Quién es Cruz Roja y su impacto social

La Fundación Cruz Roja Española es una organización humanitaria, privada, sin ánimo de lucro y de carácter voluntario, tutelada por el Protectorado de Fundaciones de competencia estatal y presente en más de 190 países. Su misión es impulsar los principios humanitarios en la sociedad y sumar “aliados” que lideren e influyan positivamente en las transformaciones necesarias para que todas las personas tengan acceso al bienestar social con dignidad y oportunidades de desarrollo. En coherencia con ello, su propósito institucional es fomentar un “Pensamiento Humanitario” que contribuya a cambiar mentalidades y a promover transformaciones siempre en beneficio de las personas.

Su visión es convertirse en un referente nacional e internacional, creando un espacio de encuentro para la reflexión colaborativa sobre los desafíos sociales presentes y futuros, y promoviendo el bienestar humano dentro del marco del respeto a los valores y principios humanitarios. Todo ello se articula bajo los siete principios fundamentales del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja: humanidad, imparcialidad, neutralidad, independencia, voluntariado, unidad y universalidad (Fundación Cruz Roja Española, s.f.).

En España, Cruz Roja desarrolla una amplia gama de programas relacionados con la intervención social, la salud, la educación, el empleo, el medio ambiente y el socorro, atendiendo cada año a millones de personas en situación de vulnerabilidad. Uno de sus públicos prioritarios son las personas mayores, con quienes trabaja activamente para fomentar el envejecimiento activo, la autonomía personal y la inclusión social y digital. Su acción institucional refleja un fuerte compromiso con una sociedad más justa, inclusiva e igualitaria, promoviendo la participación ciudadana y la transformación social desde una perspectiva comunitaria.

En la comunidad autónoma de Castilla y León, y particularmente en la provincia de Segovia, Cruz Roja mantiene una actuación destacada con la población mayor. En el año 2023, la organización atendió a 3.547 personas mayores y cuidadoras a través de distintos programas orientados a la promoción del envejecimiento saludable, la permanencia en el domicilio y el apoyo a redes de cuidado familiar (El Día de Segovia, 2024a). En 2024, el número total de personas atendidas en la

provincia aumentó a 9.004, lo que demuestra el crecimiento de su intervención territorial y el compromiso con los colectivos más vulnerables, especialmente las personas mayores (El Día de Segovia, 2024b).

Gracias a su extensa red territorial, Cruz Roja en Segovia actúa tanto en la capital como en los entornos rurales, adaptando sus intervenciones a las realidades locales. Su capacidad de movilización del voluntariado, su proximidad al territorio y su enfoque centrado en la persona hacen de esta entidad un referente clave en la reducción de la brecha digital intergeneracional, especialmente entre la población mayor de 65 años.

La experiencia acumulada y la capacidad de innovación social de Cruz Roja la posicionan como un referente en la atención y formación tecnológica de las personas mayores.

5.2. Programas actuales de Cruz Roja dirigidos a mayores en Segovia

Cruz Roja en Segovia cuenta con una serie de proyectos específicos dirigidos a personas mayores, uno de los colectivos prioritarios dentro de su estrategia de intervención social. Entre estos programas, destacan aquellos enfocados en la alfabetización digital y el acceso a las tecnologías, herramientas esenciales para reducir la brecha digital que afecta a este grupo etario.

Uno de los proyectos más relevantes en este ámbito es la organización de talleres de formación en el uso del teléfono móvil, donde se enseña a las personas mayores a manejar funciones básicas como realizar llamadas, enviar mensajes, configurar alarmas, así como el uso de aplicaciones prácticas como WhatsApp, Google Maps, servicios de banca electrónica y la herramienta sanitaria *Sacyl Conecta*.

Además de la formación presencial, Cruz Roja impulsa nuevas formas de acceso a la tecnología a través de asistentes de voz. Un ejemplo innovador es el proyecto “Voces en Red”, una iniciativa que busca acercar dispositivos inteligentes como Alexa a los hogares de personas mayores, favoreciendo la interacción cotidiana con

la tecnología de forma sencilla y natural. Estos asistentes permiten a los usuarios realizar preguntas, escuchar música, programar recordatorios, hacer meditación o, simplemente, disfrutar de una compañía auditiva.

Estas acciones responden a un diagnóstico claro: la tecnología actual continúa representando un “laberinto” para muchas personas con dificultades cognitivas o escasa experiencia digital, como subraya Eva Fernández Rodríguez (2025), Coordinadora autonómica de Cruz Roja en Castilla y León. Las barreras no se limitan únicamente al desconocimiento técnico, sino que también incluyen interfaces poco intuitivas, lenguaje excesivamente técnico y procedimientos digitales complejos.

En este sentido, Cruz Roja incorpora principios de accesibilidad cognitiva en sus intervenciones con personas mayores, adaptando materiales a lectura fácil, utilizando lenguaje claro e integrando pictogramas como apoyo visual. Tal como indica Fernández Rodríguez (2025), estas herramientas “permiten a las personas entender lo que encuentran, encontrar la información y realizar la acción que se les requiere”.

Asimismo, la organización complementa estas iniciativas con acciones de seguimiento personalizado, en las que voluntarios capacitados realizan visitas domiciliarias o llamadas de apoyo para reforzar los contenidos aprendidos y resolver dudas en tiempo real. Esta cercanía favorece no solo el aprendizaje técnico, sino también el fortalecimiento del vínculo humano en el proceso de inclusión digital.

Cabe destacar también los talleres de memoria, orientados a la estimulación cognitiva, que en algunas ocasiones integran el uso de recursos digitales como gafas de realidad virtual. Estos dispositivos permiten recrear experiencias inmersivas que contribuyen al trabajo con recuerdos, emociones y orientación espacial, aportando dinamismo e innovación al enfoque terapéutico tradicional.

Todas estas actuaciones se enmarcan en una estrategia más amplia de Cruz Roja para garantizar el derecho a la información, a la comunicación y al acceso a servicios esenciales en un entorno cada vez más digitalizado y tecnológico.

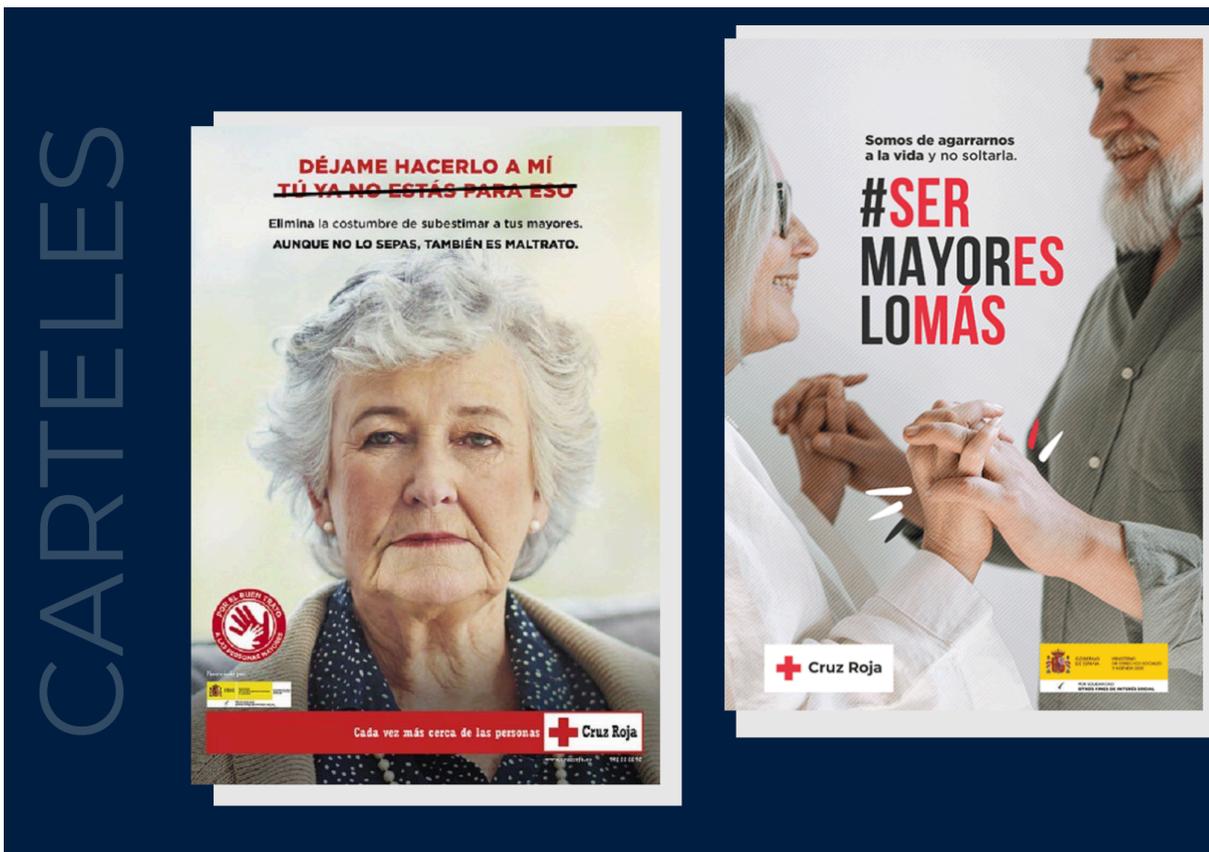
En definitiva, los programas desarrollados por Cruz Roja en Segovia dirigidos a personas mayores no solo permiten mejorar sus competencias digitales, sino que también fortalecen su autonomía, autoestima y participación activa en la sociedad. Estas iniciativas están plenamente alineadas con los objetivos de este estudio, al constituir ejemplos concretos de buenas prácticas en la lucha contra la exclusión digital en la vejez.

5.3. Estrategias comunicativas de Cruz Roja

En esta sección, se propone analizar las estrategias comunicativas que Cruz Roja desarrolla en relación con las personas mayores, en el marco de su compromiso con la inclusión digital y la reducción de la brecha tecnológica en este colectivo. El criterio de selección utilizado para el análisis consistió en identificar aquellas iniciativas dirigidas directamente al público mayor o que promovieran talleres orientados a combatir la brecha digital.

Durante el proceso de búsqueda, no se encontraron campañas específicas de Cruz Roja España que aborden de forma directa y estructurada la problemática de la brecha digital en personas mayores. Las acciones existentes se enfocan principalmente en otras temáticas relevantes para este grupo, como la soledad no deseada, el maltrato o el envejecimiento saludable ([véase la Figura 17](#)). Aunque estas temáticas son fundamentales, evidencian una oportunidad no explorada para trabajar desde la comunicación social en favor de la alfabetización digital de este colectivo.

Figura 17: Carteles informativos de Cruz Roja anunciando campañas dirigidas a personas mayores.



Fuente: Elaboración propia que muestra dos ejemplos de carteles de Cruz Roja Española, utilizados en campañas de concienciación (2024), disponibles en el portal de Cruz Roja.

En relación con las iniciativas de formación digital, se identificaron ejemplos de piezas comunicativas utilizadas para divulgar talleres sobre el uso del teléfono móvil que, si bien cumplen su función informativa, presentan un enfoque comunicativo bastante básico. Se trata de diseños funcionales, pero carentes de elementos creativos o emocionales que fortalezcan el vínculo con el público o incentiven su motivación para participar, como podemos observar en la [Figura 18](#):

Figura 18: Carteles informativos de Cruz Roja anunciando talleres de uso del móvil dirigidos a personas mayores.



Fuente: Elaboración propia que muestra dos ejemplos de carteles de Cruz Roja Española, utilizados en campañas de alfabetización digital para personas mayores (2024), disponibles en medios locales como el Ayuntamiento de Torrenueva Costa.

5.3.1. Análisis de la comunicación digital de Cruz Roja Segovia sobre la brecha digital

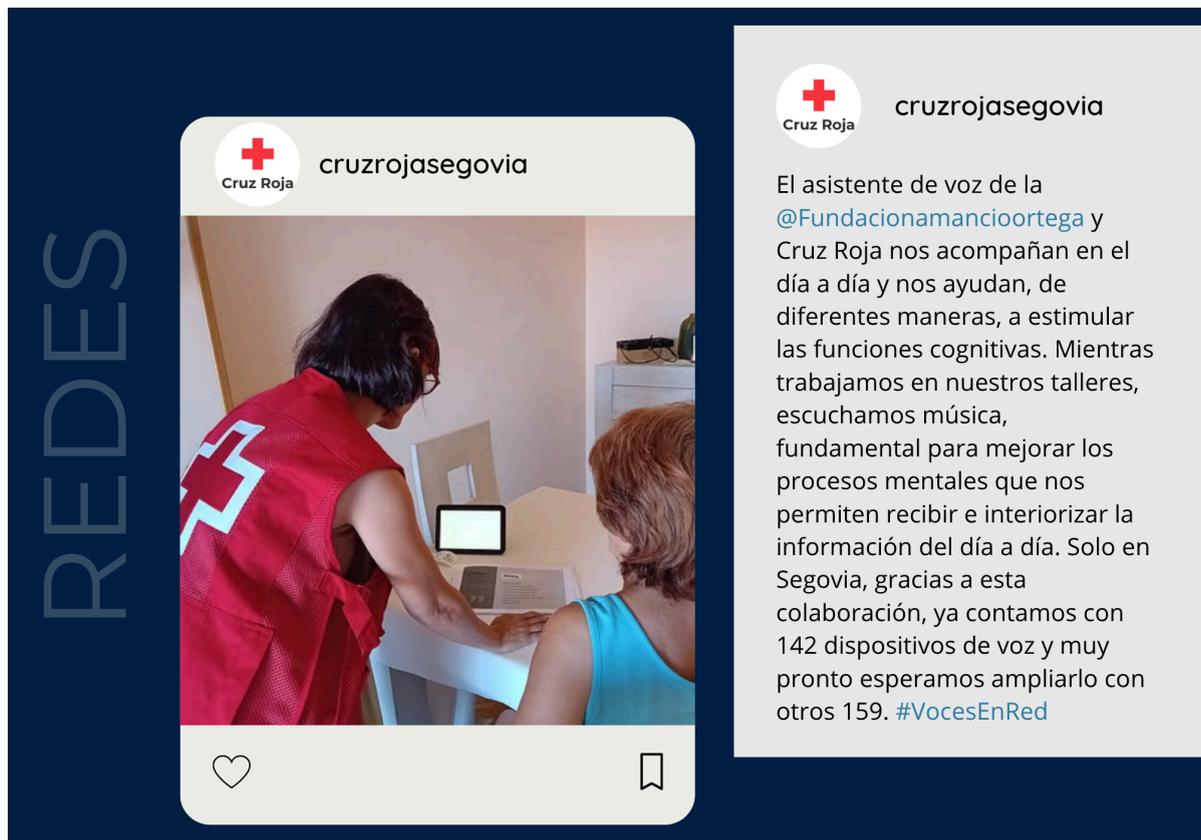
Pese a que Cruz Roja Segovia cuenta con programas activos dirigidos a la alfabetización digital de personas mayores, como los talleres de móvil o el proyecto “Voces en Red”, que introduce asistentes de voz en los hogares, su presencia en redes sociales no refleja de forma coherente ni constante estas iniciativas.

Para examinar este aspecto, **se realizó una revisión exploratoria de las publicaciones del perfil oficial de Instagram** de la organización, en el período comprendido entre el 26 de marzo de 2023 y el 15 de junio de 2025. Como los

contenidos publicados en Instagram suelen replicarse en las cuentas de Facebook y X, este perfil fue considerado representativo. La revisión consistió en un recorrido manual por el feed (scroll visual), sin uso de filtros ni búsqueda por etiquetas o palabras clave. Este análisis puso de manifiesto la escasa visibilidad digital de las acciones orientadas a reducir la brecha digital entre las personas mayores.

Durante la revisión del contenido publicado, solo se identificó una mención específica al proyecto “Voces en Red” (Fig. 19), sin que existan publicaciones claras que documenten los talleres de móviles que la organización realiza en la provincia. La baja presencia digital limita la visibilidad de los resultados alcanzados y reduce el potencial de expansión, dificultando la participación de nuevos beneficiarios.

Figura 19: Publicación en redes sociales sobre el proyecto “Voces en Red” de Cruz Roja Segovia.



Fuente: Cruz Roja Española Segovia. (2025). Publicación en redes sociales sobre el proyecto “Voces en Red”. Instagram. <https://www.instagram.com/cruzrojasegovia/>

Por otro lado, las redes sociales de Cruz Roja Segovia incluyen algunos contenidos relacionados con el colectivo de personas mayores, principalmente en el marco de actividades de estimulación cognitiva, talleres de memoria, encuentros

intergeneracionales y acciones comunitarias. También se observan campañas que promocionan el servicio de teleasistencia: botón rojo (Fig. 20); sin embargo, ninguna de estas iniciativas establece un vínculo explícito con la inclusión digital o la superación de barreras tecnológicas.

Figura 20: Publicaciones en redes sociales dirigidas al público de personas mayores en Cruz Roja Segovia.



Fuente: Cruz Roja Española Segovia. (2024 y 2025). Publicación en redes sociales dirigida al público de personas mayores. Instagram. <https://www.instagram.com/cruzrojasegovia/>

Este desfase entre la acción institucional y su comunicación pública sugiere una oportunidad de mejora estratégica. En una sociedad crecientemente digitalizada, resulta fundamental visibilizar de forma proactiva las prácticas que contribuyen al empoderamiento tecnológico de los mayores. Publicaciones que documenten los talleres, testimonios de participantes, datos de impacto, y contenidos breves con consejos digitales, podrían no solo ampliar el alcance de los programas, sino también reforzar la imagen institucional de Cruz Roja como agente activo en la lucha contra la exclusión digital.

Desde la perspectiva de este estudio, es crucial reconocer que la brecha digital no se combate únicamente con formación técnica, sino también con narrativas inclusivas que normalicen el acceso a la tecnología en todas las edades. Así, se recomienda a Cruz Roja Segovia adoptar una línea de comunicación más enfocada en la sensibilización digital, mediante campañas temáticas sostenidas en redes sociales, aprovechando su experiencia territorial y su red de voluntariado como activos diferenciadores en la promoción de una ciudadanía digital más justa e inclusiva.

5.3.2. Acciones comunicativas de alcance mundial: estudio de dos campañas de Cruz Roja

Pensando en las campañas comunicativas de Cruz Roja a nivel internacional que buscan movilizar a la ciudadanía, sensibilizar sobre problemáticas sociales y captar voluntariado para sus programas, seleccioné dos ejemplos relevantes. A continuación, analizo acciones que pueden inspirar la propuesta de campañas orientadas a la inclusión digital de las personas mayores y a la visibilización de sus necesidades.

La primera campaña, promovida por Cruz Roja Portuguesa (2022), lleva por título *“Agente de Inclusão Digital – Toma já o teu lugar”* (Agente de Inclusión Digital – ¡Toma ya tu lugar!) y tiene como objetivo principal captar personas voluntarias para acompañar a personas mayores en su proceso de alfabetización digital. La iniciativa propone un modelo de mentoría directa y personalizada, en el que jóvenes u otros perfiles con competencias tecnológicas enseñan a las personas mayores el uso básico de herramientas digitales, contribuyendo así a la reducción de la brecha generacional.

La campaña se presenta mediante una página web institucional que utiliza un lenguaje claro y directo. Sin embargo, la estrategia de difusión parece estar limitada exclusivamente a este canal digital, lo que restringe su alcance a un público más amplio. No se identificaron materiales complementarios, como carteles, videos

promocionales o publicaciones en redes sociales, que contribuyan a fortalecer su visibilidad. La única pieza identificada es el banner ilustrado en la Figura 21.

A pesar de estas limitaciones, la claridad del mensaje y el enfoque en el voluntariado juvenil como motor de cambio social constituyen elementos positivos y replicables. Esta propuesta puede servir como inspiración para campañas que busquen movilizar a la ciudadanía en favor de una inclusión digital efectiva.

Figura 21: Banner de la campaña “Agente de Inclusión Digital – Toma já o teu lugar”, lanzada por la Cruz Roja Portuguesa.

CAMPANHA

OPORTUNIDADE

Voluntariado
Agente de Inclusão Digital

Objetivos:

- “Apadrinhar” um/a idoso/a;
- Dinamizar sessões de formação tecnológica junto dos/as idosos/as;
- Diminuir o isolamento social dos/as idosos/as;
- Desenvolver competências pessoais e sociais dos jovens voluntários/as.

Fuente: Cruz Vermelha Portuguesa (2022). Campaña “Agente de Inclusão Digital – Toma já o teu lugar”. Disponible en: <https://www.cruzvermelha.pt>

La segunda campaña, desarrollada por la Cruz Roja de Singapur en 2022 bajo el lema “Lend a Hand for Humanity” (Dale una mano a la humanidad), se centra en visibilizar a personas que suelen ser ignoradas por la sociedad, incluyendo adultos mayores en situación de soledad. A través de un vídeo difundido en redes sociales, página web y medios institucionales, se transmite un mensaje emocional que resalta

el poder transformador de los pequeños gestos solidarios. La campaña visibiliza los programas de acompañamiento a personas mayores impulsados por Cruz Roja y apela al compromiso comunitario mediante un recurso visual atractivo: un collage que combina imágenes de voluntariado con escenas de la vida cotidiana (Fig. 22). Esta elección estética resulta creativa y llamativa, y contribuye a humanizar la causa, reforzar la conexión emocional con la audiencia y posicionar a la organización como un agente activo en la construcción de una sociedad más inclusiva.

Figura 22: Visual principal de la campaña “Lend a Hand for Humanity”, de Cruz Roja de Singapur, con enfoque emocional en el acompañamiento a personas mayores.



Fuente: Singapore Red Cross (2022). Campaña “Lend a Hand for Humanity”. Disponible en: <https://redcross.sg>

Ambas campañas, aunque diferentes en estilo y formato, comparten una misma lógica: la movilización del voluntariado como herramienta clave para la inclusión social de las personas mayores. Sin embargo, se observa que la dimensión digital de estas acciones, en particular los talleres de alfabetización tecnológica, podría

beneficiarse de una mayor visibilidad y continuidad comunicativa. Este análisis refuerza la importancia de contar con estrategias de comunicación sólidas y bien difundidas para maximizar el impacto social de los programas desarrollados por Cruz Roja.

5.4. Análisis DAFO de Cruz Roja Española frente a la brecha digital en personas mayores

El análisis DAFO (ver Tabla 5) permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta Cruz Roja Española en relación con sus acciones para reducir la brecha digital entre las personas mayores. A partir de la información presentada en las secciones anteriores de este capítulo, fue posible observar que la organización cuenta con una sólida estructura territorial, una fuerte presencia de marca, experiencia acumulada en programas de intervención social y una amplia red de voluntariado. Estos factores representan activos clave para impulsar procesos de alfabetización digital y adaptado a las realidades locales, favoreciendo así la aceptación de la comunidad hacia estos programas.

Tabla 5: Análisis DAFO de Cruz Roja Española en relación con la inclusión digital de personas mayores.

Fortalezas	Debilidades
Amplia red territorial a nivel nacional y presencia en zonas rurales, como los pueblos de Segovia.	Baja visibilidad en redes sociales de los proyectos de inclusión digital, reduce su alcance y limita la participación.
Experiencia acumulada en la intervención con personas mayores, en proyectos como talleres, asistencia y otros.	La ausencia de campañas específicas sobre la brecha digital a nivel nacional reduce la sensibilización sobre ese tema.
Facilidad para captar voluntariado comprometido, gracias al reconocimiento de la organización a nivel nacional.	Limitación en el alcance de los talleres presenciales debido a la movilidad reducida de algunas personas mayores.
Presencia de Cruz Roja Juventud como aliado estratégico para proyectos de aprendizaje intergeneracional.	Falta actual de voluntariado para sostener los talleres de alfabetización digital; hoy en día solo se cuenta con una persona voluntaria.

Capacidad logística para realizar visitas domiciliarias a personas mayores, mediante el uso de furgonetas.	Baja participación de hombres mayores en programas digitales, lo que limita su alcance e inclusión equitativa.
Alta aceptación social de los proyectos, respaldada por el reconocimiento de la organización como una entidad confiable.	Falta de patrocinadores para expandir en zonas con baja conectividad, lo que dificulta implementar programas en estos territorios.
Oportunidades	Amenazas
El interés por el envejecimiento activo impulsa la autonomía y la participación de las personas mayores en iniciativas y programas.	La falta de adaptación de los voluntarios a los ritmos de aprendizaje puede reducir la motivación de los mayores.
Crear un programa de talleres a domicilio sobre el uso del móvil, dirigido a personas mayores con dificultades para asistir presencialmente.	La resistencia inicial de las personas mayores ante herramientas digitales desconocidas puede dificultar su adopción a los programas.
Fondos europeos en el marco de la Agenda Digital 2030, orientados a impulsar la inclusión tecnológica y reducir la brecha digital.	La desigualdad territorial en conectividad y acceso a dispositivos limita la eficacia de los programas y reduce su impacto.
Fomentar la participación ciudadana para reducir la brecha digital e involucrar a los jóvenes en la enseñanza tecnológica.	Bajo interés general de la juventud por iniciativas intergeneracionales o voluntariado con personas mayores.
El potencial de colaboración con juventudes en programas intergeneracionales fortalece el intercambio de conocimientos.	La fatiga digital, el miedo o la frustración dificultan la participación de mayores en programas tecnológicos.
La incorporación de asistentes de voz e IA adaptadas facilita tareas diarias para mayores, mejorando su autonomía y acceso digital.	Desconfianza al recibir desconocidos en casa, especialmente entre mayores que viven solos.

Fuente: *Elaboración propia a partir del análisis del caso de estudio de Cruz Roja (2025).*

Sin embargo, también se evidencian ciertos desafíos. Entre ellos, destaca la escasa visibilidad de las acciones comunicativas, especialmente de los programas de inclusión digital, al analizarse a nivel local como en el caso de Segovia. Otro aspecto observado es la ausencia de campañas específicas sobre la problemática de la brecha digital. En las redes sociales tampoco se encuentran contenidos relacionados con los talleres de tecnología; podrían difundirse fotos y videos de

estas actividades. La falta de este tipo de comunicación limita el alcance y la eficacia de las acciones. Además, el acceso desigual a recursos tecnológicos en zonas rurales, así como la resistencia inicial de algunas personas mayores al uso de herramientas digitales, son factores que deben considerarse en el diseño de futuras estrategias.

Al mismo tiempo, el contexto actual ofrece oportunidades significativas. Existe una creciente preocupación institucional y social por la exclusión digital, así como un marco normativo favorable que promueve el envejecimiento activo y la inclusión tecnológica. Asimismo, las tendencias en accesibilidad digital y diseño centrado en el usuario abren camino a nuevas metodologías y materiales adaptados a las necesidades del público mayor.

Ahora, al considerar las hipótesis planteadas en este trabajo, el análisis DAFO permite establecer conexiones directas (ver Tabla 6). Por ejemplo, las fortalezas institucionales de Cruz Roja, como su capilaridad territorial, experiencia con personas mayores y red de voluntariado, respaldan la hipótesis 1, que plantea que el acompañamiento personalizado o intergeneracional, especialmente a través del voluntariado joven, puede potenciar el aprendizaje digital de los mayores. Asimismo, la hipótesis 3, que enfatiza la adaptación de aplicaciones a las necesidades de este grupo y el uso de materiales accesibles e inclusivos, se relaciona directamente con las oportunidades identificadas en el entorno, como los talleres a domicilio, la incorporación de asistentes de voz e IA adaptadas a sus necesidades diarias y la enseñanza ajustada a su ritmo de aprendizaje.

Tabla 6: *Relación entre el análisis DAFO y las hipótesis de esta investigación.*

DAFO	Elemento clave	Conexión con hipótesis
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia acumulada en la intervención con personas mayores, en proyectos como talleres, asistencia y otros. - Presencia de Cruz Roja Juventud como aliado estratégico para proyectos de aprendizaje intergeneracional. 	H1: Las personas mayores que reciben apoyo intergeneracional tienen más probabilidades de utilizar herramientas digitales en su vida diaria.

Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Crear un programa de talleres a domicilio sobre el uso del móvil, dirigido a personas mayores con dificultades para asistir presencialmente. - Fondos europeos en el marco de la Agenda Digital 2030, orientados a impulsar la inclusión tecnológica y reducir la brecha digital. 	<p>H3: La adaptación de aplicaciones y servicios digitales a las necesidades específicas de las personas mayores aumenta su uso y confianza en estas herramientas.</p>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Falta actual de voluntariado para sostener los talleres de alfabetización digital; hoy en día solo se cuenta con una persona voluntaria. - Limitación en el alcance de los talleres presenciales debido a la movilidad reducida de algunas personas mayores. 	<p>H1: Las personas mayores que reciben apoyo intergeneracional tienen más probabilidades de utilizar herramientas digitales en su vida diaria.</p>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> - La resistencia inicial de las personas mayores ante herramientas digitales desconocidas puede dificultar su adopción a los programas. - La fatiga digital, el miedo o la frustración dificultan la participación de mayores en programas tecnológicos. 	<p>H2: Las personas mayores que se sienten excluidas digitalmente presentan mayores niveles de aislamiento social.</p>

Fuente: *Elaboración propia a partir del análisis DAFO y las hipótesis del estudio (2025).*

Por otro lado, las debilidades y amenazas detectadas refuerzan que, sin un entorno seguro, las personas mayores no se sentirán cómodas para participar en los programas ni para aprender a usar la tecnología, lo que podría llevarlas a una sensación de exclusión social, respaldando así la hipótesis 2. La baja visibilidad de los programas en redes sociales y la ausencia de campañas específicas sobre la brecha digital limitan el alcance y la efectividad de las iniciativas existentes, evidenciando la necesidad de una comunicación estratégica más sólida y sostenida. Además, la aceleración de la digitalización y las barreras estructurales en el acceso a la tecnología representan desafíos concretos, lo que refuerza la importancia de contar con herramientas y metodologías adaptadas a las necesidades de las personas mayores, punto clave de la hipótesis 3.

CAPÍTULO 6:

ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

*“Nosotros no somos tontos,
lo que pasa es que no hemos crecido con estas cosas.”
Participante de las entrevistas, mayo 2025*

A partir de los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo, se desarrolló una estructura de análisis de los resultados basada en la división temática abordada en las técnicas cualitativas empleadas en esta investigación.

Según se indicó en el apartado metodológico, se analizaron las barreras, experiencias, motivaciones y usos de la tecnología por parte de las personas mayores a través de una combinación de métodos: observación participativa presencial, seguimiento telefónico, taller experimental, entrevistas individuales y entrevistas grupales.

A lo largo de este apartado, se presentan los análisis, acompañados de citas textuales y reflexiones que permiten visibilizar tanto los puntos en común como las diferencias entre los perfiles participantes.

6.1. Análisis de las entrevistas grupales con personas mayores

Los datos obtenidos en las entrevistas fueron codificados y agrupados en temas y subtemas, ilustrados con citas directas de las participantes, con el objetivo de comprender mejor sus puntos de vista en relación con temas claves sobre el uso de la tecnología. Finalmente, se compararon los dos grupos entrevistados: el Grupo 01, conformado por personas mayores de 65 años participantes del taller de móvil, con mayor familiaridad con el uso del teléfono celular; y el Grupo 02, integrado por personas mayores de 75 años participantes del taller de memoria, con menor experiencia en el uso de tecnologías digitales.

6.1.1. Relación emocional con la tecnología

Es posible identificar una mezcla de admiración, utilidad práctica, nostalgia y, en algunos casos, frustración o rechazo. Al comparar los dos grupos entrevistados, se observa que tanto el Grupo 1 (taller de móvil) como el Grupo 2 (taller de memoria)

reconocen el impacto de la tecnología en sus vidas, aunque expresan esta relación de maneras diferentes.

En el **Grupo 1**, las participantes muestran una percepción más positiva y práctica de la tecnología, especialmente del teléfono móvil. Existe un reconocimiento claro de que "la vida ha cambiado con el móvil", como afirma una de las entrevistadas, reforzando que el celular ha cambiado significativamente la vida cotidiana. No obstante, no se trata de una dependencia absoluta. Una de las participantes reflexiona:

"Habrá gente que no [pueda vivir sin el móvil], pero... nosotras, que hemos vivido sin él, yo creo que sí podríamos vivir." [G01]

A pesar de ello, se reconoce el valor de los avances tecnológicos y la importancia de la tecnología en nuestra vida, adoptando una actitud más abierta a la aceptación, siempre que existan formas accesibles de aprender a utilizarla. Esto se refleja en el siguiente comentario:

"La verdad es que todos los adelantos que hay son buenos. Lo que pasa es que tenemos que saber cómo utilizarlos." [G01]

Por otro lado, el **Grupo 2** expresa una relación más cargada emocionalmente y, en muchos casos, negativa con la tecnología. Las participantes sitúan los avances tecnológicos dentro de un fuerte contraste histórico, como ejemplifica este recuerdo:

"Yo cuando era pequeña iba en carreta con un burrito... Pero ha sido muy corriendo, muy corriendo todo. Demasiado deprisa los cambios." [G02]

Además, la evaluación de los efectos sociales de la tecnología tiende a ser más crítica. Se señala la pérdida de interacciones presenciales y la automatización de procesos cotidianos como algo perjudicial:

"Antes se reunía, hablaba, se comunicaba... ahora no." [G02]

"Para las personas mayores todo eso es nulo." [G02]

Sin embargo, incluso entre críticas, emergen momentos de reconocimiento positivo, como cuando una participante señala que "la tecnología también une a la gente", lo

que indica que la relación no es puramente de rechazo, sino que está influenciada por las condiciones de uso, contexto de uso y aprendizaje.

Finalmente, mientras el Grupo 1 muestra mayor autonomía y una resignación positiva ante los cambios, el Grupo 2 expresa un sentimiento más agudo de exclusión generacional. Esto se refleja en el siguiente comentario:

"La gente joven sabe mucho ahora y nosotros... tenemos que aprender sino..."
"A la fuerza tienes que adaptarse." [G02]

Este comentario revela una brecha generacional, pero también cierta sensación de inferioridad o frustración ante la rapidez con la que los más jóvenes se adaptan a la tecnología digital. Asimismo, refuerza la percepción de que deben aprender para no quedarse atrás.

6.1.2. Uso de la tecnología en la comunicación

La tecnología digital ha transformado profundamente la forma en que las personas se comunican, y esto también se refleja en la vida de las personas mayores.

En el **Grupo 1**, las participantes muestran un uso más variado del teléfono móvil con fines comunicativos. Algunas se quejan del tiempo que el celular "les roba", pero reconocen su utilidad para coordinar actividades y mantenerse en contacto con otras personas.

"Si yo me pongo por la mañana a mirar el móvil, a mí se me va una hora así... tengo que mandar un mensaje; ponerme de acuerdo con otra persona o lo que sea; enterarme de algo." [G01]

Al preguntar sobre las videollamadas, algunas participantes mencionan que no saben realizarlas, pero recuerdan que durante la pandemia las llamadas de vídeo se convirtieron en una necesidad para mantener el contacto con sus familiares:

"Sí o sí teníamos que comunicarnos por llamadas." [G01]

A pesar de cierta inseguridad técnica, existe un claro deseo de seguir conectadas:

"Además, me gusta mucho saber cómo está la gente, seguir hablando..." [G01]

En el **Grupo 2**, el uso de la tecnología para la comunicación es más limitado. Hubo participantes que usan el teléfono móvil solo para hacer llamadas o enviar notas de voz, y ni siquiera tienen un smartphone con WhatsApp:

"No, este es un teléfono normal, corriente... Solo para hacer llamadas... nada más. Yo no tengo nada. Quiero vivir lo que me quede de vida... yo quiero es vivir tranquila." [G02]

Aun así, hay excepciones. Algunas utilizan WhatsApp para leer y enviar mensajes simples, e incluso emplean la función de notas de voz.

"Puedes enviar un mensaje escrito o pulsas en el micrófono..." [G02]

También hay casos en los que los familiares facilitan el uso de recursos como las videollamadas:

"Yo hago videollamadas con mis nietos que están en la universidad en Canadá... eso hace mi hijo, que me pone en la videollamada." [G02]

La diferencia fundamental entre los grupos radica en la autonomía y el protagonismo en el uso de estos medios. Mientras que en el Grupo 1 existe una relación más activa con WhatsApp y sus funciones, en el Grupo 2 predomina la mediación de terceros y una postura más pasiva, ya que no están acostumbrados a la tecnología, sea por falta de interés o por temor a cometer errores.

6.1.3. Adaptación y aprendizaje tecnológico

Este proceso está fuertemente influenciado por la experiencia previa con la tecnología, la disposición personal y el apoyo del entorno. El análisis comparativo de los dos grupos revela distintos niveles de interés, autonomía y frustración ante los desafíos.

En el **Grupo 1**, las participantes muestran curiosidad y disposición para aprender. Una de ellas compara el aprendizaje tecnológico con la adaptación a otros dispositivos modernos del día a día, como la vitrocerámica, de manera humorística:

“Yo lo aplico mucho a las vitrocerámicas... ¡Ojo al dato, eh! Anda, pero hay que estudiar para encender la vitrocerámica ahora, ¿eh?” [G01]

Esta analogía refleja que el aprendizaje es percibido como un proceso natural con el tiempo, aunque al principio pueda parecer complicado. La actitud predominante es de aceptación ante la necesidad de adaptarse, con reconocimiento de las dificultades, pero sin un rechazo directo. Además, al ser preguntadas sobre los efectos del taller de móvil, todas las participantes afirmaron que les ayudó a sentirse más seguras en el uso del teléfono móvil.

Por otro lado, el **Grupo 2** muestra una postura más dividida. Algunas participantes expresan interés en aprender: *“¿Les gusta aprender sobre cómo utilizar el móvil o no?”* — *“Sí, sí, sí.”* Pero otras rechazan la idea: *“A mí no.”*

Lo que se observa con más fuerza en este grupo son las dificultades cognitivas y emocionales asociadas al aprendizaje, frecuentemente vinculadas a la impaciencia de los familiares y a la falta de explicaciones claras:

“Es que a veces no pongo atención... es que no me explicas bien.”
“No tienen paciencia, te lo explican como si fuera tonto.” [G02]

Además de la falta de paciencia, existe la sensación de que el aprendizaje debe construirse con práctica constante y no solo con demostraciones ocasionales:

“Lo tienes que manejar tú misma... Porque, a lo mejor, viene tu hijo y te dice: ‘Mira, tienes que hacer así’. Pero se va... Y tú, con tu teléfono, ya no sabes manejarlo.”

Estos testimonios revelan que el proceso de aprendizaje depende tanto de la disposición individual como de las condiciones pedagógicas y emocionales. En síntesis, el Grupo 1 muestra una trayectoria de adaptación más positiva y gradual, favorecida por un entorno de formación adecuado (taller de móvil), mientras que el

Grupo 2, con participantes de mayor edad y con menor exposición a la tecnología, enfrenta mayores dificultades para aprender a utilizar los dispositivos.

6.1.4. Desafíos y barreras en la adopción del uso móvil

Las entrevistas con ambos grupos revelan una serie de barreras, como el miedo, la inseguridad y la confusión sobre las funcionalidades.

En el **Grupo 1**, a pesar de tener mayor familiaridad con el dispositivo, muchos participantes también expresaron sentimientos de temor al inicio del proceso de aprendizaje. El miedo a "*hacer algo mal*" era una preocupación recurrente.

"A mí me daba miedo tocar cualquier cosa en el móvil... Yo tenía miedo de todo." [G01]

Además, incluso después de adquirir cierta confianza en el uso, la sensación de vulnerabilidad persistía frente a las amenazas digitales, como fraudes o estafas a través de aplicaciones.

"Para los mayores, todos los días están diciendo: 'No le hagas caso a esto porque te cogen la cuenta.'" [G01]

"Miré el WhatsApp y dije: '¡Madre de Dios, la pensión me ha volado!'" [G01]

Esta tensión entre la seguridad percibida y el riesgo constante genera una relación ambigua con el dispositivo: si bien el teléfono móvil brinda conexión y autonomía, también representa un potencial peligro difícil de controlar.

En el **Grupo 2**, los desafíos son aún más notorios, y muchos participantes expresan una negativa directa o incluso renuncian ante las dificultades. Un ejemplo claro de esto se refleja en la siguiente declaración

"Yo sí tengo Whatsapp, pero no me quiero meterme más... porque la lié una vez." [G02]

El miedo a equivocarse, a menudo reforzado por la impaciencia de los familiares, termina limitando el uso o incluso llevando a la eliminación de ciertas funciones, como WhatsApp, tras un envío incorrecto.

“En vez de mandar la foto del gatito a mi hija se lo mandé al médico... y mi hija me quitó el WhatsApp.” [G02]

Las barreras físicas y visuales también son evidentes. Las pantallas pequeñas, los botones sensibles y los textos con fuentes reducidas dificultan la navegación.

“Tengo que pedir a mi hija que me lo ponga más grande.” [G02]

“Tengo el dedo grande y las cosas son muy pequeñas.” [G02]

Además, existe confusión con las contraseñas, las notificaciones y la gran cantidad de aplicaciones instaladas:

“Estamos rodeados de números, de códigos, de pines, de contraseñas...

Yo no sé el teléfono de mis hijos...” [G02]

“En mi móvil hay montón de aplicaciones que yo no las utilizo...

¡Demasiado!” [G02]

Muchas veces, el uso del teléfono móvil ocurre de manera involuntaria o descontrolada: la persona mayor pulsa algo sin darse cuenta, cambia configuraciones por accidente o publica contenido sin intención. Esto genera ansiedad y, en algunos casos, conflictos familiares entre padres e hijos.

En síntesis, los desafíos en el uso del teléfono móvil entre personas mayores van mucho más allá de la falta de instrucción técnica. Involucran factores afectivos (miedo, vergüenza, frustración), físicos (visión, coordinación motora), relacionales (presión e impaciencia de los familiares) y estructurales (diseño poco intuitivo y exceso de opciones).

Mientras que el Grupo 1 muestra signos de superación parcial de estas barreras con apoyo educativo (taller de móvil), el Grupo 2 se encuentra más atrapado en un ciclo de inseguridad y autoexclusión tecnológica.

6.1.5. Apoyo familiar y soporte intergeneracional

El apoyo familiar desempeña un papel crucial en el proceso de inclusión digital de las personas mayores. Sin embargo, este respaldo no siempre es constante ni ofrecido con empatía. Mientras que en el Grupo 1 predominan acciones de estímulo, en el Grupo 2 aparecen más relatos de impaciencia, control y frustración mutua.

En el **Grupo 1**, varias participantes comparten experiencias en las que sus hijos e hijas intentan fomentar el aprendizaje. Una de las participantes cuenta que su hija le propuso un desafío:

“Ahora me voy a mi casa, y cuando llegue quiero que me hayas mandado un mensaje.” [G01]

El gesto tuvo impacto:

“Bueno, pero al final me animé y se lo envié.” [G01]

A pesar del logro, la sensación de insuficiencia persistía:

“Para eso soy muy torpe.” [G01]

Pero su hija le responde de manera motivadora:

“¿Qué dices? No eres torpe... Tienes que intentarlo, ir leyendo, y no tener tanto miedo.” [G01]

Este tipo de apoyo, aunque no está exento de presión, tiene un tono afectuoso y constructivo, lo que ayuda a fortalecer la confianza de las personas mayores.

Sin embargo, otras participantes del G01 no cuentan con este tipo de red familiar y deben recurrir a vecinos o amigos. Este apoyo comunitario surge como un sustituto funcional ante la falta de respaldo familiar directo, reforzando la importancia de los lazos sociales cercanos:

“Si necesito ayuda, yo tengo que llamar a mi vecina...” [G01]

En el **Grupo 2**, la relación con los hijos parece estar más marcada por el control, la reprimenda y la escasa autonomía concedida. Un ejemplo emblemático es el

testimonio de una mujer mayor que recibió un teléfono móvil con Facebook de su hijo, pero sin acceso a la contraseña:

“Tiene Facebook y le gusta el Facebook, pero no le han dado la contraseña.” [G02]

La explicación proporcionada por otra participante es reveladora:

“Creo que él no quiere que tengas Facebook por miedo a que subas alguna cosa.” [G02]

Este tipo de actitud refleja una sobreprotección, frecuentemente vinculada a la falta de confianza en la capacidad de las madres para usar correctamente las aplicaciones. Además, existe un patrón recurrente de impaciencia y reprimendas por parte de los hijos, lo que genera ansiedad y desmotivación.

“Tú hablas y todos contamos las mismas cosas. ¡Les echan cada bronca! ¿Dónde me he metido? ¿Para qué he hecho esto?” [G02]

Un voluntario reconoce esta actitud como contradictoria:

“Queremos que ellos (los mayores) usen el móvil, pero luego les regañamos si se equivocan.” [G02]

En resumen, el Grupo 1 muestra una experiencia más positiva de apoyo intergeneracional, basada en el estímulo y pequeñas metas prácticas. En contraste, el Grupo 2 evidencia relaciones de dependencia marcadas por control y falta de paciencia. Esto indica que la calidad del apoyo intergeneracional es importante, pero debe ser brindada con empatía, respeto y confianza en la capacidad de aprendizaje de la persona mayor.

6.1.6. Tecnología en el ámbito de la salud

Esta es una de las áreas más sensibles para las personas mayores, ya que está directamente relacionada con el bienestar físico. Las entrevistas con los grupos G1

y G2 revelan distintos niveles de familiaridad y adaptación al uso de herramientas digitales en este ámbito, además de diversas percepciones sobre los sistemas.

En el **Grupo 1**, se observa una coexistencia entre prácticas tradicionales (llamadas telefónicas):

“Yo llamo y hablo con la señorita que me atiende.” [G01]

“Llamo cuando lo necesito, y ya está.” [G01]

Sin embargo, hay participantes que ya han probado el uso de aplicaciones de programación, especialmente por necesidad, como en el contexto de la pandemia:

“Yo sí, la pido en la aplicación. Además, el móvil me recuerda la cita.”

“Yo tengo la aplicación, pero no la uso. Pues, con el COVID tenías que descargarla por la vacunación...” [G01]

Estas declaraciones muestran que, incluso entre quienes no utilizan las aplicaciones de manera regular, existe una conciencia de su existencia y cierto grado de familiaridad con ellas. El uso se percibe como una opción viable, aunque no siempre como la preferida.

En el **Grupo 2**, las participantes expresan una frustración generalizada con la atención automatizada por teléfono y con los sistemas digitales de programación. El lenguaje utilizado es revelador:

“Es un rollazo.” [G02]

“Al final le digo: ‘es que voy a colgar, guapa...’” [G02]

“Para las personas mayores no, ahora para la gente joven está muy bien...” [G02]

Las mayores dificultades mencionadas están relacionadas con las llamadas automatizadas que incluyen múltiples instrucciones o menús interactivos, lo que genera confusión y ansiedad.

“Si usted no está enterada, se pierde... Entonces te manda una lista de cosas... y muchas veces no sabemos.” [G02]

“Te quedas allí con una música que te da sueño...” [G02]

Aunque algunas participantes han mencionado el uso del teléfono para confirmar o recibir respuestas sobre citas, el proceso suele percibirse como ineficiente y estresante:

“Y hay otras veces que he llamado y me dicen: ‘Marque el asterisco...’ y colgué porque nada de la operadora.” [G02]

En resumen, el análisis revela que el Grupo 1 está más expuesto y, en cierta medida, adaptado al uso de herramientas digitales en el ámbito de la salud, aunque sigue prefiriendo el contacto humano.

Por otro lado, el Grupo 2 enfrenta más barreras, tanto técnicas como cognitivas, y percibe los sistemas automatizados como excluyentes y poco amigables, lo que refuerza su resistencia y la sensación de abandono por parte de las instituciones de salud.

6.1.7. Operaciones bancarias y exclusión digital

El sector bancario es uno de los ámbitos donde la exclusión digital de las personas mayores se manifiesta de manera más evidente.

Los cambios en los modelos de atención, con la sustitución de interacciones humanas por servicios automatizados, han generado sentimientos de inseguridad, frustración y abandono.

En el **Grupo 1**, algunas participantes han relatado experiencias prácticas con cajeros automáticos y tarjetas, aunque siempre marcadas por dudas e incidentes. El aprendizaje se da, muchas veces, por ensayo y error, como muestra el testimonio de una de las participantes.

“Les dije: ‘Es que no me han enseñado bien. Tú enséñame. Si me enseñas bien, no volveré a cometer otro error’.” [G01]

A pesar del esfuerzo de adaptación, persiste un sentimiento de nostalgia por la atención personalizada que ofrecían los bancos antes de la digitalización:

“Antes íbamos al banco y hablábamos con una persona... Era más cercana, tenía una relación de amistad.” [G01]

“Ahora vas al banco... si no es algo del cajero, te mandan sentarte... hay que pedir cita.” [G01]

Además de la dificultad técnica, surgen preocupaciones sobre la seguridad física, como el temor a ser observado al utilizar el cajero automático:

“Tenemos que tener cuidado. Y a los cajeros igual, a las personas mayores nos vigilan.” [G01]

En el **Grupo 2**, los testimonios reflejan una percepción aún más crítica y vulnerable frente a la digitalización bancaria. Las voluntarias denuncian la falta de atención humana y la imposición del uso de las máquinas:

“Las personas mayores tienen que salir a las máquinas... no hay nadie que los atienda personalmente.” [G02]

“Lo que hacen es que te acompañan fuera a la máquina... pero no tiene sentido.” [G02]

Las instrucciones rápidas e impersonales se experimentan con confusión y ansiedad:

“Y nos dicen: Usted pulsa aquí, hace eso, marca su clave... Y tú te quedas así: ¿eh?, ¿qué?” [G02]

Además, hay casos de pérdidas financieras debido a la falta de comprensión de las opciones mostradas en la pantalla.

“Elegí una y otra... y luego me cobraron 20 euros.” [G02]

El miedo y la inseguridad llevan a muchas a evitar el uso de los cajeros automáticos por sí solas, dependiendo de terceros para realizar tareas básicas.

“No debes ir al cajero tú sola... siempre llevo a alguien conmigo.” [G02]

“Quien soluciona es mi hija y ya saca y me lo da.” [G02]

Incluso cuando reciben ayuda, a veces de personas externas que no son empleados del banco, la sensación de alivio se mezcla con el reconocimiento de su propia limitación:

“En el cajero no soy capaz de hacerlo... vino y me ayudó... y gracias a Dios no me han quitado el dinero, que tampoco tengo mucho.” [G02]

En resumen, mientras el Grupo 1 aún intenta mantener cierta autonomía con apoyo puntual y aprendizaje práctico, el Grupo 2 muestra una mayor dependencia de terceros, con una fuerte crítica a la deshumanización de los servicios bancarios.

Ambos los grupos expresan nostalgia por un modelo más cercano y accesible, y refuerzan la idea de que la digitalización bancaria, sin medidas de inclusión y apoyo adaptado, lleva a la exclusión de las personas mayores.

6.1.8. Usos más comunes del teléfono móvil

El análisis de ambos grupos revela que, a pesar de las limitaciones, ambos utilizan el teléfono móvil para buscar información y, en algunos casos, entretenimiento.

En el **Grupo 1**, se observa una exploración más variada y confiada de los recursos del teléfono móvil. El uso de Google como asistente por voz es común para realizar búsquedas prácticas del día a día:

“Mira, si pincho aquí (me mostró el micrófono en la búsqueda de Google) y le pregunto cualquier cosa, me sale todo... Si quiero un plato de... no sé, de patatas... o una tarta, me sale todo.” [G01]

Además, se relatan usos de redes sociales como Instagram y Facebook, a veces con la mediación del apoyo de los nietos. Una de las participantes cuenta cómo recurre a su nieto menor para entender la interfaz:

“Hace años le dije a mi nieto: ‘Hijo, en Instagram, ¿cómo hago para dar que me gusta...?’ [...] Agarra el móvil, pumba, me lo pone en Instagram y me dice: ‘Abuela, ¿ves ese corazón? Ahí le das’.” [G01]

Estas interacciones ilustran una relación de aprendizaje continuo y una cierta curiosidad activa frente a las posibilidades del dispositivo. Aun así, se reconoce una distancia generacional y, en ocasiones, un sentimiento de frustración por no haber nacido en una época más digital:

“Me da coraje. Digo: ‘¿Qué coño pintaba yo en este mundo en el 53? Tendría que haber nacido en el 70’.” [G01]

En el **Grupo 2**, los usos más mencionados también incluyen YouTube, Instagram y Google, pero de forma más específica y con un enfoque utilitario. Las participantes relatan que buscan videos para entretenerse y obtener información útil, como el pronóstico del tiempo:

“En YouTube, yo ahí veo... ¡qué videos!” [G02]

“Yo pregunto por Google... por ejemplo, yo pulso en el telefonito y le pregunto: ‘¿Qué temperatura hace en Segovia?’” [G02]

Estas prácticas demuestran que, a pesar de las dificultades, el teléfono móvil se percibe como una herramienta funcional, capaz de ofrecer respuestas inmediatas a las necesidades cotidianas.

Ambos grupos comparten el reconocimiento de que el celular facilita la vida diaria y proporciona cierto grado de independencia. La familiaridad con el dispositivo, cuando cuenta con el apoyo de familiares o se desarrolla con paciencia, se convierte en un recurso valioso para mantenerse informado, conectado y entretenido.

6.1.9. Propuestas y recomendaciones de las personas mayores

Tanto el Grupo 1 como el Grupo 2 compartieron críticas constructivas y sugerencias para mejorar la relación entre las personas mayores y el mundo digital.

En el **Grupo 1**, las participantes expresan la necesidad de que la tecnología sea pensada para todos, y no solo para los jóvenes o los “entendidos”:

“Que sean mensajes para todos, no solo para los más listos e inteligentes en las redes sociales.” [G01]

Esta afirmación refleja un deseo de inclusión y representatividad, al mismo tiempo que cuestiona los criterios de diseño y lenguaje adoptados en los medios digitales.

Otra participante refuerza que la exclusión de las personas mayores no se debe a una falta de inteligencia, sino al hecho de que no crecieron en ese entorno:

“Nosotros es que no somos tontos, es que no hemos vivido en este mundo... un niño pequeño ahora ya sabe como recibir y mandar mensajes.” [G01]

Esta comparación generacional no solo transmite frustración, sino también una crítica social: las tecnologías están diseñadas para quienes ya nacieron inmersos en ellas, ignorando el proceso de aprendizaje necesario para quienes llegaron después.

En el **Grupo 2**, el tono es más desilusionado y quejoso, con una clara percepción de que las personas mayores están siendo dejadas de lado por las transformaciones digitales. Una de las participantes resume este sentimiento de abandono:

“Nosotros, mayores... Ya no se acuerdan de nosotras.” [G02]

También se reconoce que la velocidad del avance tecnológico contribuye a esta exclusión:

“Van muy, muy, muy, muy por detrás de la juventud, y a nosotros todo eso no nos suena...” [G02]

“Qué piense en las personas mayores... porque hay cosas que no las podemos usar.” [G02]

En este caso, las recomendaciones parten de un deseo de reconocimiento: que los desarrolladores de tecnología tengan en cuenta las limitaciones, necesidades y ritmos de aprendizaje de la población mayor.

En resumen, ambos grupos piden lo mismo: tecnología más accesible, lenguaje sencillo, inclusión generacional y respeto por el proceso de aprendizaje.

6.1.10. Discusión e interpretación de los resultados

El análisis de las entrevistas grupales con personas mayores permitió identificar distintos patrones de uso de la tecnología, así como las emociones, actitudes y condiciones contextuales que influyen en su relación con el entorno digital. A partir de estos hallazgos, es posible establecer conexiones significativas con los conceptos presentados en el marco teórico, especialmente en lo que respecta a la brecha digital (de acceso y de uso), la adopción tecnológica y las competencias digitales.

Para facilitar la comprensión de los hallazgos obtenidos a partir de las entrevistas grupales con personas mayores, se presenta a continuación en la Tabla 7, las síntesis que organizan los principales resultados en relación con las hipótesis planteadas, los objetivos específicos de la investigación y los conceptos clave del marco teórico. Esta sistematización permite visualizar cómo las experiencias narradas por las participantes se vinculan directamente con las dimensiones de la brecha digital, la adopción tecnológica y los factores emocionales y sociales que influyen en el proceso de inclusión digital.

Tabla 7: Síntesis de resultados de entrevistas grupales: relación con hipótesis, objetivos y conceptos clave.

Resultado observado	Objetivo específico vinculado	Hipótesis / Concepto
Mayor disposición al aprendizaje entre participantes del taller de móvil	OE1: Comprender los desafíos tecnológicos por parte de las personas mayores	H1: Apoyo intergeneracional favorece el uso de tecnologías
Baja familiaridad y rechazo tecnológico en el grupo del taller de memoria	OE1 / OE3: Explorar barreras emocionales y promover narrativas inclusivas	H2: Exclusión digital aumenta el aislamiento y la desconexión cultural
Uso limitado de móviles antiguos o heredados	OE1: Identificar dificultades técnicas y de equipamiento	Brecha de acceso (Van Dijk, 2019)
Temor a cometer errores, desmotivación, falta de confianza	OE3: Diseñar materiales y estrategias adaptadas emocional y cognitivamente	Brecha de uso (Helsper, 2012)
Dependencia de familiares para tareas tecnológicas básicas	OE2: Reconocer el papel de las redes familiares en la alfabetización digital	Falta de autonomía; relaciones intergeneracionales ambivalentes

Valoración positiva del taller grupal como espacio de aprendizaje y socialización	OE2: Reforzar programas locales efectivos e inclusivos	Adopción tecnológica (Selwyn, 2004); Aprendizaje colaborativo
Necesidad de apoyo continuo y materiales más accesibles	OE3: Diseñar soluciones accesibles centradas en el usuario mayor	H3: Diseño adaptado mejora confianza y uso

Fuente: *Elaboración propia a partir del análisis cualitativo de las entrevistas grupales realizadas en Cruz Roja Segovia (2025).*

En relación con el **primer objetivo específico**, que busca comprender los desafíos que enfrentan las personas mayores en el uso de la tecnología, se evidencian barreras técnicas concretas. Estas barreras están relacionadas con la falta de adaptabilidad de los dispositivos y aplicaciones digitales a las necesidades específicas del colectivo. Las participantes señalaron dificultades con el diseño de interfaces: botones pequeños, tipografías reducidas, lenguaje técnico. Por ello, se reafirma la **hipótesis H3**, que destaca el valor de un diseño tecnológico adaptado y amigable para aumentar el uso y la confianza de las personas mayores en el entorno digital. Y también refuerza la **brecha de uso** (Helsper, 2012), entendida como la incapacidad para utilizar de forma efectiva los recursos tecnológicos pese a tener acceso. A ello se suma la falta de formación adecuada, el escaso acompañamiento adaptado y la inseguridad percibida a la hora de realizar tareas tecnológicas cotidianas.

Estas limitaciones fueron más evidentes en el grupo de mujeres participantes del taller de memoria, cuyas edades eran más avanzadas y quienes mostraban menor experiencia previa con tecnología. En cambio, las participantes del taller de móvil, más familiarizadas con el uso de herramientas como WhatsApp o YouTube, mostraron mayor autonomía, interés y disposición al aprendizaje, lo que apoya la **hipótesis H1**, según la cual el apoyo intergeneracional favorece el uso y la confianza en las tecnologías digitales. Además, se evidenció que muchas veces lo que buscan, en primera instancia, son usos muy específicos y concretos, como enviar mensajes a familiares o ver fotos, buscar información del clima, lo cual condiciona su motivación inicial y la forma en que se relacionan con los dispositivos digitales.

En cuanto a la **brecha de acceso** (Van Deursen y Van Dijk, 2019), si bien todas las personas entrevistadas poseían un teléfono móvil, muchos de estos dispositivos eran obsoletos o heredados de sus hijos, lo que restringía el uso de las funcionalidades disponibles. Este hallazgo refuerza la idea de que el acceso material no garantiza la inclusión digital plena si no va acompañado de equipamiento adecuado y formación pertinente.

Además, las entrevistas revelaron barreras **emocionales** profundas, como el miedo a equivocarse, la baja autoestima tecnológica y la percepción de que la tecnología “no es para ellas”. Estas emociones generan rechazo o desinterés y dificultan los procesos de aprendizaje, reforzando así la **hipótesis H2**: la exclusión digital tiende a amplificar el aislamiento social y emocional. Esta resistencia fue más marcada en el grupo de mayor edad, donde se percibe una desconexión con la cultura digital actual.

Desde la perspectiva de la **adopción tecnológica** (Selwyn, 2004), es evidente que la disposición a incorporar tecnologías depende no solo del acceso, sino también de la percepción de utilidad y del entorno de aprendizaje. El Grupo 1, al estar integrado en dinámicas formativas más activas, presenta una actitud más positiva hacia el uso de herramientas digitales. El Grupo 2, en cambio, se encuentra en una situación de mayor vulnerabilidad digital, con actitudes de rechazo o apatía, reflejando así la necesidad de intervenciones adaptadas a los distintos niveles de autonomía tecnológica.

Asimismo, la falta de **competencias digitales básicas** genera una fuerte dependencia de terceros, habitualmente familiares, que puede ser ambivalente: por un lado, constituye una red de apoyo, pero por otro, puede derivar en sobreprotección, impaciencia o control, afectando negativamente la autoestima y motivación de las personas mayores para aprender.

En conjunto, los resultados obtenidos no solo reflejan carencias técnicas, sino también formas de exclusión simbólica y emocional que se reproducen a través de dinámicas familiares, institucionales y culturales.

En definitiva, los hallazgos apuntan a la necesidad urgente de políticas públicas de inclusión digital que vayan más allá de la infraestructura tecnológica. Estas deben

contemplar estrategias pedagógicas adaptadas, un acompañamiento intergeneracional efectivo, el respeto al ritmo de aprendizaje de las personas mayores y el reconocimiento pleno de su derecho a participar activamente en la sociedad digital.

6.2. Observación del taller de alfabetización digital

Como parte de las actividades desarrolladas por Cruz Roja en Segovia para promover la inclusión digital de las personas mayores, se ofrecen semanalmente talleres de alfabetización digital centrados en el uso del teléfono móvil. Esta actividad fue objeto de observación directa como parte del trabajo de campo de este estudio, en el marco de una metodología cualitativa centrada en la comprensión del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los talleres se imparten los martes de 17:00 a 18:00 horas por un voluntario de la organización, en un espacio adaptado para la enseñanza. Participan habitualmente unas diez mujeres, con edades comprendidas entre 65 y 85 años, muchas de las cuales poseen teléfonos móviles pero no saben cómo utilizarlos correctamente o tienen miedo de cometer errores al hacerlo.

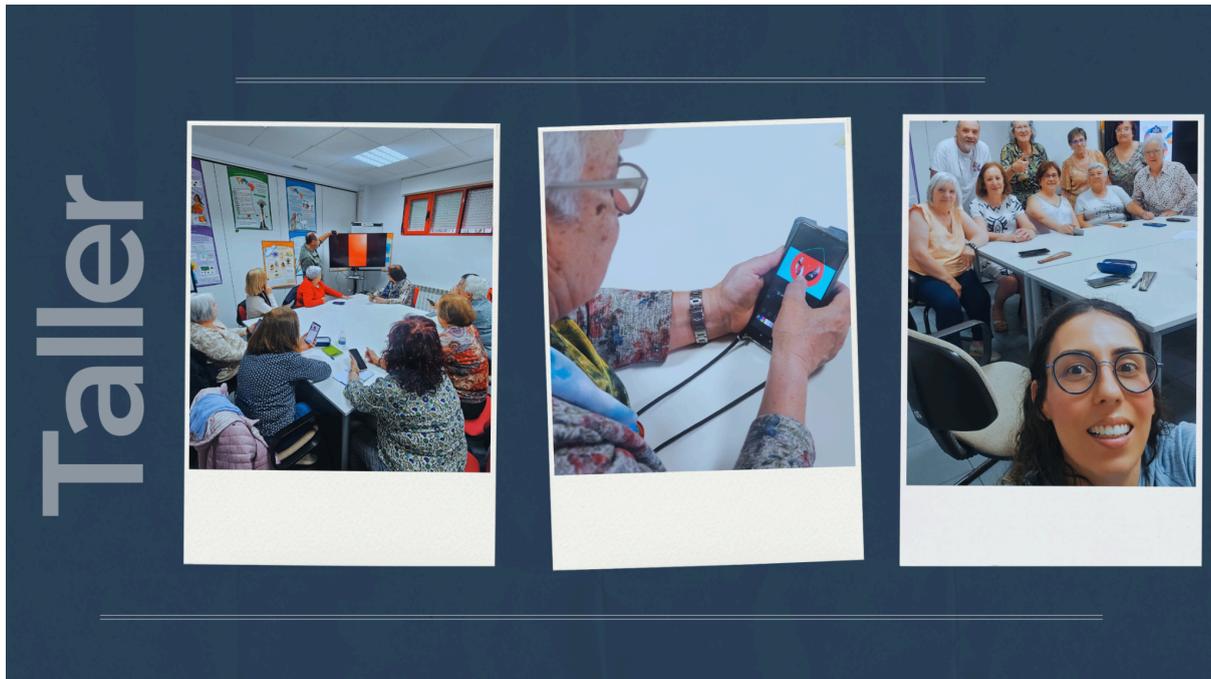
En la [Figura 23](#) se pueden observar algunas fotografías del taller, que ilustran tanto el ambiente del espacio como la participación activa de las personas mayores.

Durante la observación se identificaron diversas limitaciones metodológicas y necesidades específicas del grupo. Desde la perspectiva de Selwyn (2004) sobre la adopción tecnológica, se evidencia que esta población tiende a experimentar ansiedad y muestra una baja autonomía en el uso de dispositivos móviles, recurriendo frecuentemente al apoyo de familiares o terceros para realizar tareas, especialmente cuando no cuentan con un acompañamiento formativo continuo.

Uno de los principales retos observados es la dificultad del voluntario para atender a todas las participantes de forma individual, ya que el grupo requiere un acompañamiento muy próximo y personalizado. La presencia de uno o dos monitores adicionales podría facilitar el proceso de aprendizaje, permitiendo una

atención más directa durante la ejecución práctica de las tareas, algo fundamental en la enseñanza a personas mayores, que requieren más tiempo y apoyo para asimilar nuevas informaciones. Esto refuerza la **hipótesis H1** sobre la importancia del apoyo intergeneracional y del entorno relacional para la apropiación tecnológica.

Figura 23: Taller de alfabetización digital para personas mayores en Cruz Roja Segovia (2025).



Fuente: *Elaboración propia. Fotografías tomadas durante el trabajo de campo en los talleres de Cruz Roja Segovia, mayo-junio de 2025.*

La dinámica del taller consiste en que el voluntario presenta un tema a trabajar y proyecta en la televisión la pantalla de su propio móvil. Aunque esta estrategia favorece la visualización del proceso, se evidenció la ausencia de material de apoyo estructurado, como presentaciones con capturas de pantalla o guías impresas con el paso a paso. En ocasiones, los materiales que se presentan están en formato Word y sin imágenes, lo que dificulta su comprensión, ya que muchas participantes tienen dificultades visuales o poca familiaridad con la tecnología. Aquí se pone en evidencia la brecha de uso (Helsper, 2012), en tanto que las participantes tienen acceso al dispositivo pero enfrentan obstáculos para realizar tareas digitales de forma autónoma debido a la ausencia de estrategias pedagógicas adaptadas.

Una de las frases más reveladoras durante la observación fue pronunciada por una participante: *“Me he enterado pero no sé hacer nada”*, al referirse a una sesión explicada en términos generales, sin una demostración práctica concreta. Esta afirmación puede analizarse a la luz de los distintos niveles de competencia digital (Van Deursen y Van Dijk, 2019), evidenciando que la comprensión de los contenidos no se traduce necesariamente en la capacidad práctica para ejecutarlos. Este tipo de comentario resulta clave para comprender la desconexión entre el aprendizaje teórico y la habilidad de llevar a cabo tareas tecnológicas.

Otro aspecto observado es que, cuando el voluntario se desvía del tema principal para introducir ejemplos no planificados o mantener conversaciones paralelas, las alumnas tienden a confundirse fácilmente y pierden el hilo de la clase. Esto refleja la importancia de mantener una secuencia clara y coherente, con énfasis en la repetición estructurada y la conexión lógica entre temas. Como plantea De Marco (2022), el entorno formativo debe facilitar la transferencia práctica del conocimiento y promover el aprendizaje significativo.

También se identificaron limitaciones tecnológicas relacionadas con los propios dispositivos. Muchos de los teléfonos utilizados por las alumnas son heredados de sus hijos o familiares, y por tanto presentan modelos antiguos, con escasa capacidad de almacenamiento o incompatibilidad con ciertas aplicaciones, lo cual dificulta la viabilidad de algunos aprendizajes propuestos. Este hallazgo refuerza la brecha de acceso (Van Deursen y Van Dijk, 2019), en tanto que el acceso material a la tecnología no garantiza su funcionalidad ni utilidad en la práctica cotidiana.

Un dato relevante es que varias de las participantes llevan más de tres años asistiendo a estos talleres en Cruz Roja, lo que significa que muchos contenidos básicos ya han sido trabajados. Recientemente, el voluntario intentó introducir temas más avanzados, como el uso de aplicaciones de edición de fotos o creación de vídeos. Sin embargo, la utilidad percibida de estos nuevos contenidos no siempre es aceptada por las alumnas. Durante una clase sobre edición de imágenes, dos de ellas expresaron su desinterés con comentarios como *“¿Para qué tengo que aprender a usar esto? ¡No me sirve para nada!”*, lo que evidencia la importancia de adaptar los contenidos a los intereses reales del grupo. En este punto, se destaca que muchas personas mayores buscan, en primera instancia, usos muy específicos

y concretos de la tecnología, lo cual condiciona su motivación inicial y su disposición al aprendizaje.

En resumen, la observación del taller evidencia el valor de este tipo de iniciativas para fomentar la alfabetización digital de las personas mayores, pero también revela importantes áreas de mejora, tanto en el aspecto metodológico como en la planificación de contenidos y recursos. Una intervención más personalizada, el uso de materiales adaptados y la consideración de los intereses y capacidades reales del grupo pueden contribuir significativamente a la mejora de la experiencia de aprendizaje y al empoderamiento tecnológico de este colectivo.

6.2.1. Discusión e interpretación de los hallazgos

Los resultados de esta observación confirman varios de los planteamientos teóricos presentados en este estudio, así como las hipótesis formuladas. Se constata, por un lado, la coexistencia de una *brecha de acceso* (por la baja calidad de los dispositivos) y una *brecha de uso* (por la ausencia de estrategias didácticas adecuadas y la escasa autonomía de las participantes). Además, las competencias digitales básicas no parecen estar consolidadas, lo que se manifiesta en afirmaciones como “*no sé hacer nada*” o en la ansiedad expresada durante el taller. Esto se relaciona con el concepto de *autoeficacia digital* (DiMaggio y Hargittai, 2001), esencial para el desarrollo de una ciudadanía digital activa.

A continuación se presenta la [Tabla 8](#) que sintetiza los principales hallazgos obtenidos durante esta fase del trabajo de campo. Dicha tabla establece una conexión explícita entre las situaciones observadas, los conceptos desarrollados en el marco teórico y los objetivos, hipótesis y preguntas de investigación planteados. El propósito de esta síntesis es permitir una lectura analítica que aporte una base sólida para propuestas futuras.

Tabla 8: Principales hallazgos de la observación del taller, interpretados con los conceptos del marco teórico.

Hallazgos	Concepto teórico	Objetivo específico	Hipótesis vinculada
Participantes con móviles antiguos o heredados, con funciones limitadas.	Brecha de acceso (Van Dijk, 2019)	OE1: Comprender los desafíos del uso tecnológico.	H3: La adaptación a las necesidades de las personas mayores genera confianza en el uso de la tecnología.
Dificultades para seguir la clase sin materiales visuales ni guía práctica.	Brecha de uso (Helsper, 2012); competencias digitales (Van Dijk, 2019)	OE1: Comprender los desafíos al momento de aprender a utilizar las herramientas.	H3: La adaptación a las necesidades de las personas mayores genera confianza en el uso de la tecnología.
Afirmaciones como “me he enterado pero no sé hacer nada”.	Habilidades digitales y desigualdad digital (Hargittai, 2001)	OE1: Identificar barreras técnicas y de habilidades digitales.	H2: Sentimiento de exclusión por no saber usar bien la tecnología.
Preferencia por aprender tareas simples y cotidianas (ej. WhatsApp, fotos).	Adopción tecnológica; percepción de utilidad (Selwyn, 2004)	OE3: Diseñar campañas y materiales inclusivos.	H3: La importancia del diseño inclusivo y accesible como factor clave para cerrar la brecha digital.
Limitaciones del voluntario para atender a todas individualmente.	Ritmo de aprendizaje de cada persona mayor (Abad Alcalá, 2016)	OE2: Identificar estrategias y obstáculos institucionales.	H1: Falta de orientación personalizada durante el aprendizaje.
Actitud positiva entre quienes asisten con frecuencia y tienen acompañamiento continuo.	Acompañamiento intergeneracional; Grey Digital (Mubarak y Suomi, 2022; Hueso et al., 2022)	OE3: Involucrar a los núcleos familiares y a voluntarios jóvenes como aliados clave en este proceso.	H1: El acompañamiento intergeneracional reduce el miedo al error.
Barreras emocionales como miedo, inseguridad, percepción de que “la tecnología no es para mí”.	Exclusión social y económica; autoestima tecnológica (Bogoslov et al., 2024)	OE1: Analizar la percepción de que la tecnología es compleja o irrelevante para sus vidas.	H2: La exclusión refuerza la soledad y la idea de que la tecnología no es para ellos.
Confusión generada por falta de secuencia didáctica y ejemplos no planificados.	Metodología de alfabetización digital adaptada (Carrasco-Campos, 2022)	OE2: Identificar las estrategias que las marcas están adoptando para facilitar la inclusión digital.	H3: La alfabetización digital debe adaptarse al ritmo y contexto de las personas mayores.

Fuente: Elaboración propia a partir de las observaciones del taller de alfabetización digital de Cruz Roja Segovia (2025) y del marco teórico.

Por otro lado, la percepción de utilidad, clave para la adopción tecnológica según Selwyn (2004), aparece como un factor determinante. Cuando las tecnologías ofrecidas no responden a una necesidad concreta o inmediata, el interés decae. En cambio, cuando las tareas se relacionan con acciones cotidianas como enviar un mensaje o ver una foto, la receptividad es mayor.

Por lo tanto, se reafirma la hipótesis H3, al mostrar que los entornos, materiales y aplicaciones adaptadas a las personas mayores pueden ampliar la aceptación y el uso de la tecnología. Se confirma también la hipótesis H1, al observarse que el acompañamiento cercano —incluso entre pares dentro del taller— favorece la comprensión y el aprendizaje sostenido.

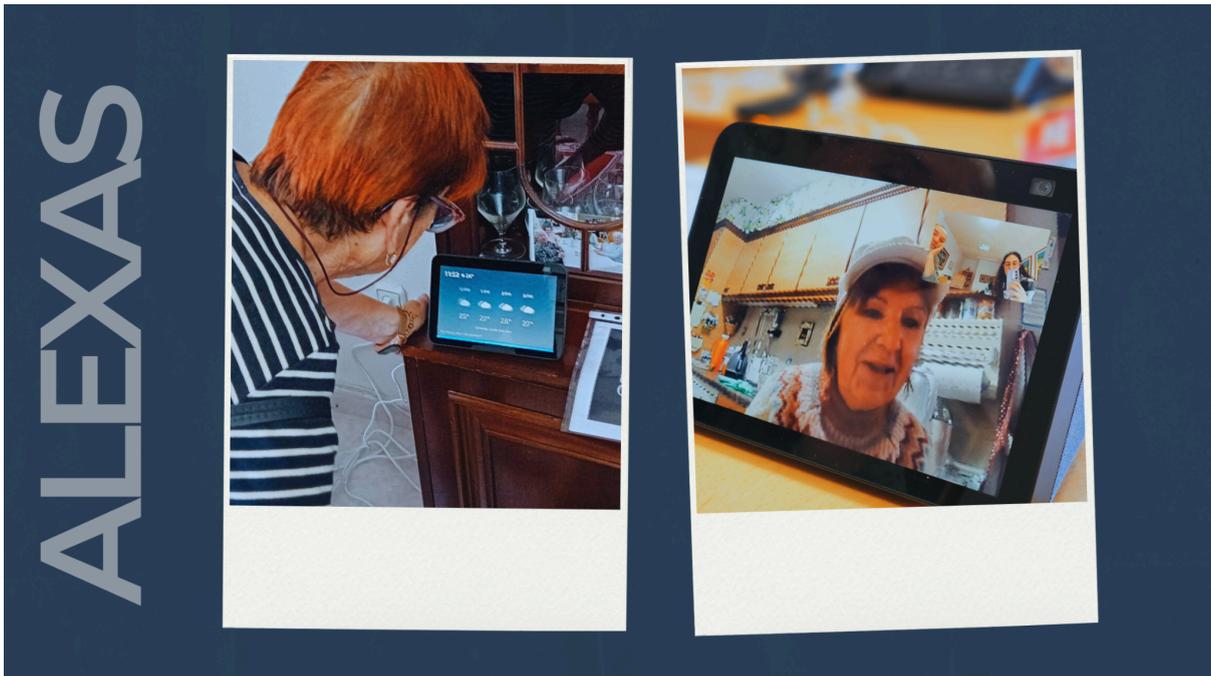
6.3. Observación del programa de asistentes de voz

El programa de asistentes de voz desarrollado por Cruz Roja en colaboración con la Fundación Amancio Ortega representa una propuesta innovadora para promover la autonomía digital de las personas mayores en todo el territorio nacional. A través de esta iniciativa, se han distribuido dispositivos Alexa en los hogares de personas mayores, con el objetivo de facilitar su vida diaria, ofrecer compañía y fomentar su inclusión tecnológica.

Estos dispositivos integran aplicaciones específicas adaptadas a personas mayores, y su implementación contempla también, cuando es necesario, la instalación de conexión a internet en los domicilios. Un componente clave del programa es el seguimiento telefónico realizado por voluntariado de Cruz Roja, que se encarga de acompañar, resolver dudas y ofrecer sugerencias útiles sobre el uso de la herramienta en la vida cotidiana.

En la [Figura 24](#) se puede observar el uso de los dispositivos Alexa para consultar el estado del tiempo y realizar videollamadas, lo que ejemplifica su funcionalidad en situaciones cotidianas.

Figura 24: Programa Voces en Red con dispositivos de voz (Alexa), dirigido a personas mayores de Cruz Roja Segovia (2025).



Fuente: *Elaboración propia. Fotografías tomadas durante el trabajo de campo en Cruz Roja Segovia, mayo-junio de 2025.*

Durante el período de observación de este estudio, se realizaron **47 llamadas telefónicas** a personas mayores participantes del programa en Segovia, en su mayoría con formato de entrevista cualitativa breve. El objetivo fue conocer sus percepciones del dispositivo, hábitos de uso, barreras y oportunidades relacionadas con esta herramienta. En consonancia con la propuesta de Plaza Osorio (2024), que diferencia entre el acceso físico, las habilidades digitales y los usos significativos de las TIC, esta observación evidenció que disponer del dispositivo no garantiza una inclusión digital plena:

Contar con acceso a internet o con un dispositivo no se traduce automáticamente en una inclusión digital efectiva. Existen otros factores, como las habilidades, la motivación o el acompañamiento, que condicionan el uso real de la tecnología en la vida cotidiana.

A continuación, se presenta en la Tabla 9 una síntesis elaborada a partir de las 47 llamadas telefónicas. Con esta tabla es posible comprender mejor las formas de apropiación tecnológica, identificar patrones de uso y valorar el impacto que estos dispositivos tienen en la vida cotidiana de las personas mayores.

Tabla 9: Usos, barreras y percepciones del dispositivo Alexa según personas mayores usuarias del programa en Segovia (2025).

Uso reportado	Nº de personas	% sobre total	Comentario destacado
Escuchar música o radio	37	79%	"Alexa, pone musica suave"
Consultar el tiempo / información	27	57%	"Le pregunto cómo va a estar el día y me contesta"
Hacer preguntas generales / noticias	25	53%	"Si quiero saber las noticias del día, se le pregunto"
Jugar o entretenerse	6	13%	"A veces juego a adivinar palabras con Alexa, como en pasapalabra"
Relajarse o meditar	4	9%	
Descubrir nuevas recetas	10	21%	"Si quiero hacer una tarta de patatas, le pregunto a Alexa y me lo dice"
Usar para recordatorios	7	15%	"Recuérdame la fecha del cumpleaños de mi hijo"
Uso diario declarado	10	21%	"Eso después pruebo sola. Yo sé manejar muy bien"
Uso esporádico / casi no la usa	18	38%	"No me hace falta, el móvil ya lo hace todo"
No la utiliza	9	19%	"Tecnología muy dura"
No encuentra utilidad en Alexa	6	13%	"No tengo tiempo para usarla, y tampoco le veo utilidad en mi vida"
Siente que Alexa le hace compañía	11	23%	"Alexa me hace compañía" / "Me gusta tenerla"
Otra persona la utiliza (no el mayor)	6	13%	Generalmente hijos o cuidadores
Miedo a usarla / temor a romperla	1	2%	"No quiero tocarla por si la rompo"
Desconocimiento de funciones	14	29%	"No sabía que podía hacer llamadas"
Deseo de aprender más funciones	7	14%	"Cómo puedo hablar con mi familia por ahí"

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos durante 47 llamadas telefónicas realizadas de enero a mayo de 2025 a personas mayores usuarias del programa Alexa de Cruz Roja Segovia.

Como complemento al análisis cualitativo, mediante observación, se recopilaron algunos datos porcentuales para comprender el uso de Alexa por parte de las personas mayores participantes. Estos datos aportan una visión general sobre las funciones más empleadas en el cotidiano y las diferencias en la frecuencia de uso.

Los resultados muestran que la mayoría de los usuarios emplean Alexa para actividades básicas como **escuchar música o la radio (79%)**, **consultar el clima (57%)** o **realizar preguntas generales o recibir noticias (53%)**. Funciones como **recordatorios (15%)**, **recetas (21%)** o **meditación (9%)** también fueron mencionadas, pero con menor frecuencia. Sin embargo, un dato relevante es que en al menos **10 casos (21%)**, los usuarios declararon utilizar el dispositivo de forma diaria, mientras que otro grupo importante (**38%**) **lo usa de forma esporádica**.

No obstante, **al menos 19% de los participantes indicó que no utiliza el dispositivo**, comentarios como *“No tengo tiempo para usarla”*, *“No la hago caso”* o *“No veo utilidad en el uso de la Alexa, porque puedo hacer las mismas cosas en mi celular”* evidencian la necesidad de reforzar el acompañamiento pedagógico e introducir nuevas estrategias para mejorar el aprovechamiento del dispositivo.

Asimismo, se identificaron casos en los que el dispositivo **es utilizado por otra persona del hogar (13%)**, generalmente por hijo, nietos o cuidadores, y no directamente por el beneficiario. Esta situación sugiere una brecha de acceso simbólica, donde el recurso está presente pero no se traduce en uso efectivo (Van Deursen y Van Dijk, 2019).

Otro hallazgo relevante fue la relación emocional que algunos usuarios desarrollan con Alexa. Frases como *“Alexa y yo nos llevamos bien”*, *“Ya sé manejar muy bien a Alexa”* o *“Me gusta tenerla”* evidencian un vínculo afectivo con la herramienta, aunque su funcionalidad sea limitada. Varios usuarios afirman sentirse acompañados, una usuaria comentó: *“Es una presencia que acompaña, aunque esté en silencio”*. Estas afirmaciones pueden interpretarse desde el concepto de **autonomía digital emocional**, reforzando la hipótesis 3 sobre la importancia del diseño adaptado y humanizado.

Por otro lado, **el 15% de los participantes manifestaron conocimiento de funciones más avanzadas**, como videollamadas, algunos mencionaron que esta

función estaba restringida. La principal dificultad mencionada por las personas participantes fue la imposibilidad de realizar videollamadas a familiares, ya que esta función solo está habilitada para contactar con otras personas del programa, lo que genera frustración. Esta limitación reduce el impacto potencial del asistente como herramienta de conexión afectiva, especialmente con familiares.

También fue evidente que las personas socialmente más activas y con más experiencia tecnológica previa exploraban más funciones del dispositivo, mientras que aquellas con menos contacto social mostraban menor uso y autonomía, lo que respalda la hipótesis H2 sobre exclusión digital y aislamiento social.

En términos generales, el programa constituye una iniciativa valiosa para facilitar la vida de las personas mayores, reducir barreras tecnológicas y aportar compañía emocional, pero la observación sugiere que su efectividad podría mejorar mediante acciones complementarias, como talleres presenciales específicos para personas mayores usuarias del programa, formación sobre el uso de videollamadas y tareas prácticas, como realizar llamadas entre participantes durante la semana. Este tipo de actividades no solo fortalecería las competencias digitales, sino que también podría reforzar vínculos sociales entre los propios usuarios y fomentar un uso más activo y significativo del asistente de voz.

6.3.1. Discusión e interpretación de los hallazgos

Los resultados de las llamadas analizadas permiten interpretar cómo las personas mayores **buscan inicialmente usos concretos y sencillos**, como consultar el clima o escuchar música, lo cual debe ser considerado al diseñar estrategias de alfabetización digital. Este comportamiento responde a la idea de que la adopción tecnológica en la vejez depende no solo del acceso físico, sino también del significado personal que los dispositivos adquieren en su vida cotidiana:

“Los dispositivos digitales, cuando se integran de manera cotidiana, no sólo cumplen funciones instrumentales, sino que también adquieren una carga afectiva y simbólica, en tanto median vínculos, rutinas y la percepción de autonomía de las personas mayores” (De Marco, 2022, p. 4).

Desde el marco teórico, se evidencian **múltiples niveles de brecha digital**. La **brecha de acceso** se manifiesta cuando el dispositivo está instalado pero no se utiliza por falta de habilidades, mientras que la **brecha de uso** aparece cuando, aún con acceso, las personas no saben o no se atreven a realizar tareas por miedo a equivocarse (Helsper, 2012).

Para cerrar esta sección, se presenta a continuación la Tabla 10 que recoge los principales hallazgos, permitiendo visualizar de forma estructurada cómo las evidencias recogidas se conectan con los conceptos del marco teórico, los objetivos específicos del estudio y las hipótesis formuladas.

Tabla 10: Síntesis de hallazgos de la observación del programa de asistentes de voz (Alexa).

Hallazgo observado	Concepto teórico relacionado	Objetivo vinculado	Hipótesis vinculada
Uso centrado en funciones básicas: clima, música, noticias, recetas	Competencias digitales básicas (Van Dijk, 2019)	OE1: La falta de confianza en su capacidad para aprender nuevas herramientas.	H3: Aplicaciones simplificadas y funciones específicas para personas mayores.
Siente que Alexa le hace compañía.	Significado personal y afectivo del uso tecnológico. (Bogoslov et al., 2024)	OE1: Comprender los factores emocionales que condicionan el uso de la tecnología.	H2: El uso activo de la tecnología transforma la exclusión en empoderamiento y conexión.
Valoración positiva del dispositivo cuando es entendido y útil para la rutina.	Adopción tecnológica y percepción de utilidad. (De Marco, 2022)	OE1: Comprender la percepción de utilidad de la tecnología.	H3: Servicios digitales inclusivos fortalecen la autonomía y la confianza de las personas mayores.
Falta de motivación en personas con menor contacto social.	Exclusión simbólica y emocional. (Mubarak y Suomi, 2022; Plaza-Osorio, 2024)	OE2: Adoptar estrategias que respondan a las necesidades reales de este público mediante el uso de Alexa.	H2: La exclusión digital acentúa el aislamiento social en personas mayores.
Necesidad de estrategias formativas adaptadas y presenciales	Alfabetización digital inclusiva y ritmos de aprendizaje (Plaza-Osorio, 2024)	OE3: Diseñar campañas y materiales para apoyar la alfabetización digital.	H1: El apoyo intergeneracional impulsa el uso digital en personas mayores.

Fuente: *Elaboración propia a partir de la observación del programa de asistentes de voz de Cruz Roja (2025), en diálogo con el marco teórico del estudio.*

La hipótesis H1 también es confirmada parcialmente: los usuarios que recibieron mayor seguimiento telefónico o ayuda de familiares mostraron mejor relación con el dispositivo y mayor exploración de funciones. La H3, por su parte, se confirma al identificar que la percepción de utilidad y el diseño accesible influyen directamente en el uso: cuando el dispositivo no responde a sus intereses, no es percibido como valioso. Finalmente, la H2 se conecta con la desmotivación y el aislamiento observados en personas que no se sienten capaces de interactuar con la tecnología, reforzando la necesidad de acompañamiento intergeneracional y formación continua.

6.4. Análisis de las entrevistas individuales con los profesionales

En este apartado, se presentan los análisis cualitativos de las entrevistas realizadas con profesionales que trabajan en Cruz Roja Segovia. Fueron entrevistadas: la **entrevistada 1 (E1)**: psicóloga con formación orientada a personas mayores; la **entrevistada 2 (E2)**: coordinadora del equipo profesional de atención a personas mayores; y la **entrevistada 3 (E3)**: directora del departamento de inclusión social. Estas entrevistas permiten profundizar en las perspectivas técnica, institucional y humana que condicionan el uso de tecnologías como asistentes de voz o teléfonos móviles por parte de este colectivo.

A continuación, en la [Tabla 11](#) se presenta un resumen de los principales hallazgos abordados en las entrevistas, organizados temáticamente con el fin de validar las hipótesis planteadas en esta investigación.

Tabla 11: Resumen de los principales hallazgos abordados en las entrevistas con profesionales de Cruz Roja Segovia (2025).

Tema	Barreras Identificadas	Soluciones o Propuestas	Cita destacada
Miedo y resistencia	Temor al fraude, desinformación, reticencia familiar	Campañas con personas mayores, más acompañamiento	E2 (2025)
Barreras estructurales	Falta de cobertura, baja alfabetización, dificultad motora/visual	Dispositivos adaptados, SIM con datos, formación simplificada	E2 (2025)
Género y participación	Baja participación masculina	Actividades más diversas, visibilidad de referentes masculinos	E3 (2025), E2 (2025)
Impacto positivo	Soledad, dependencia, baja autoestima	Alexa, música, recordatorios de salud, talleres grupales, conexión con la familia	E2 (2025), E3 (2025)
Acompañamiento y apoyo	Falta de familiares, sobrecarga del cuidador	Voluntariado, redes vecinales, programas intergeneracionales	E1 (2025), E2 (2025)
Limitaciones institucionales	Falta de recursos humanos, financiación, formación técnica	Formación interna, alianzas público-privadas	E3 (2025)

Fuente: *Elaboración propia a partir de las entrevistas con los profesionales de Cruz Roja Segovia (2025), en diálogo con el marco teórico del estudio.*

Es posible identificar no solo los desafíos estructurales, como la falta de conectividad en zonas rurales o la escasez de personal técnico, sino también aspectos más sutiles relacionados con el uso de la tecnología por parte del público investigado: los estereotipos, la participación según el género y la importancia del acompañamiento personalizado.

6.4.1. Barreras técnicas y estructurales (zona rural, acceso, habilidades)

Las tres entrevistadas coinciden en que **el acceso físico al dispositivo no garantiza su uso efectivo**, lo cual refleja una dimensión clave de la brecha digital de uso. Ana destaca limitaciones relacionadas con el manejo cotidiano de la tecnología:

“Hay personas que tienen el dispositivo, pero no saben ni cómo activarlo porque no tienen red o no recuerdan los comandos.”

La entrevistada 3 (E3) refuerza esta idea desde la perspectiva de gestión técnica, señalando que la falta de personal especializado y fallos en la consola de Alexa obstaculizan el uso continuado del dispositivo:

“A veces el problema es que la consola falla, y no tenemos suficiente personal técnico para responder rápido.”

Además, **el contexto geográfico rural** añade una capa estructural al problema. La cobertura de red limitada en zonas alejadas impide incluso la instalación inicial del dispositivo Alexa, dejando a muchas personas mayores excluidas de estas iniciativas. Como explica la entrevistada 2 (E2):

“En Segovia capital, en principio no hay problema de acceso, pero sí que hay en zonas rurales. No llegan las coberturas, entonces si no llegan las coberturas no podemos poner Alexa.”

Este testimonio conecta directamente con lo desarrollado en el marco teórico ([sección 2.4](#)), donde se expone que **la provincia de Segovia presenta múltiples zonas blancas y grises**, con cobertura deficiente o inexistente de redes de al menos 30 Mbps, y con baja disponibilidad de conectividad móvil en bandas de alta capacidad como la 3,5 GHz (Ministerio de Asuntos Económicos, 2024; Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, 2025).

6.4.2. Limitaciones institucionales (recursos, voluntarios y formación)

Más allá de las barreras técnicas o falta de personal para los proyectos direccionados a tecnología, existen otras limitaciones institucionales que afectan la sostenibilidad y el alcance de los programas dirigidos a personas mayores.

Uno de los obstáculos señalados es la **falta de financiación estable**, la alianza con la Fundación Amancio Ortega ha permitido un gran avance en la implementación de los dispositivos de voz Alexa. Como explica la entrevistada (E3):

“Tenemos un problema de financiación. O sea, a nosotros, la Fundación Amancio Ortega para implantar las nuevas tecnologías nos ha dado la vida. Teniendo dinero encima de la mesa, pues claro, es muy diferente, entonces la financiación es muy importante.”

Por lo tanto, la ausencia de recursos económicos compromete el funcionamiento de los programas, por ejemplo, el mantenimiento de tarjetas SIM, routers para hogares sin conexión y la continuidad de las actividades:

“Nos vamos a encontrar con el hándicap de cómo mantener aquellas tarjetas SIM de las personas que no tienen Wifi en su casa y que les hemos tenido que instalar un router.”

Y, por supuesto, en el caso de instituciones como Cruz Roja, donde los recursos son limitados, contar con ayuda financiera contribuye a mantener los programas activos y a expandirlos. Sin embargo, existe la fragilidad de depender de estas colaboraciones puntuales, lo que refuerza la necesidad de políticas públicas más estructurales y sostenibles, como propone Carrasco-Campos (2025).

La insuficiencia de personal y voluntariado cualificado es otro problema que afecta a los programas, lo que genera una sobrecarga en los equipos técnicos. La entrevistada 2 (E2) lo afirma con claridad:

“Hombre, si existieran más recursos humanos, es decir, gente que pudiera impartirlo, pues sería estupendo.”

La entrevistada 3 (E3), por su parte, reconoce que el número limitado de personas disponibles para tareas clave como la instalación de dispositivos, el seguimiento y la programación de actividades obliga al equipo técnico a desviar su atención de sus funciones principales:

“Las técnicas se podrían dedicar a lo que se tienen que dedicar en vez de hacer las programaciones, porque no hay voluntariado suficiente para ello.”

Aunque ocasionalmente se incorporan voluntarios con formación técnica, la escasez de perfiles técnicos específicos entre el personal limita significativamente la expansión del programa. Actualmente, el número de voluntarios sigue siendo insuficiente para hacer frente a la creciente demanda de personas interesadas en contar con un dispositivo Alexa.

Otro aspecto crítico señalado por ambas profesionales es la **falta de una formación inicial adecuada** del propio personal de Cruz Roja en el uso y acompañamiento de tecnologías como Alexa. Esta carencia ha dificultado también la formación de las nuevas incorporaciones, ya que nadie recibió una preparación formal y todo el aprendizaje se ha dado sobre la marcha, a base de ensayo y error.

La E3 lo resume así:

“No nos formaron como tal. Formación como tal que digas, igual que por ejemplo nos enseñan la base de datos, no, no ha existido. [...] Pero, claro, es que ponernos a formar a cada voluntario o a cada persona en prácticas es un mundo, porque ni siquiera estamos formadas para formarnos.”

Mientras que la E2 señala que la formación estuvo más centrada en la gestión que en el uso práctico:

“No se enseñaba cómo usar Alexa, ya que se consideraba que los voluntarios y trabajadores de CR ya entendían su funcionamiento.”

Por encima de todo, esta falta de formación específica retrasa el desarrollo general del proyecto, obstaculizando tanto la implementación oportuna de los dispositivos como el acompañamiento personalizado a las personas mayores. Además, limita el impulso de iniciativas conjuntas con ellas, dificultando la construcción del uso real de la tecnología implementadas en sus casas.

En conjunto, estos hallazgos confirman la **hipótesis H3** de este estudio: **la falta de adaptación y soporte institucional limita la apropiación tecnológica de las personas mayores**, incluso cuando ya cuentan con acceso físico al dispositivo.

También refuerzan lo planteado en el marco teórico sobre la importancia del contexto estructural y organizativo para garantizar una inclusión digital efectiva.

6.4.3. Impacto positivo de la tecnología en la vida diaria

La tecnología también puede tener un potencial transformador en la vida cotidiana de las personas mayores. Por ejemplo, tanto los talleres de móviles como el uso de asistentes de voz han generado beneficios concretos en términos de autonomía, bienestar y socialización.

Desde el punto de vista de la salud, la entrevistada 2 (E2) relata el caso de un hombre mayor con diabetes que logró retomar el control de su tratamiento gracias a los recordatorios programados en Alexa:

“Hay una persona mayor que es diabético. Y resulta que, quien llevaba el tema de pincharse la insulina era su mujer, entonces la mujer falleció, y claro, él tenía que administrar la insulina y a veces se le olvidaba. Entonces, a través de Alexa se han puesto unos avisos y ahora ya se administra su insulina.”

Este caso real refuerza sobre la importancia de vincular el uso de la tecnología con la gestión de la salud. Herramientas como los asistentes de voz permiten recordar citas médicas y tomar la medicación a tiempo, lo que contribuye a un envejecimiento más activo y saludable (Knapova, 2020; Mubarak & Suomi, 2022).

Otro de los ejemplos compartidos por las profesionales están cargados de significado afectivo y simbólico. La entrevistada 2 (E2) cuenta cómo una usuaria argentina recuperó el hábito de escuchar emisoras de su país de origen para sentirse más cerca de sus raíces:

“Tenemos una usuaria, que es de origen argentino, y la Alexa, o sea, cada día pone emisoras de Argentina. Entonces, se siente un poco más allí...”

Estos testimonios muestran cómo **la tecnología puede funcionar como un puente emocional**, ayudando a sobrellevar la soledad o a reconectar con la identidad cultural.

La entrevistada 3 (E3) comparte relatos sobre el impacto de los talleres de móviles en la sociabilidad. Destaca a usuarias que, tras comenzar a participar en los talleres, ampliaron su implicación a otras actividades, como paseos o talleres de memoria, lo que les brindó más oportunidades para socializar y establecer nuevos vínculos.

“Mi madre viene a los talleres de móviles, y yo sé que no lo hace por el móvil en sí. Claro, le enseñan a hacer cosas y ella está encantada, ¿no? Pero más allá de lo que aprende sobre nuevas tecnologías, importa con quién lo aprende...”

La tecnología, por tanto, no solo facilita el acceso a herramientas digitales, sino que también actúa como **catalizadora de nuevas relaciones sociales**. Como señalan López de Coca et al. (2022), al facilitar el contacto con familiares, la participación en actividades comunitarias y el acceso a redes de apoyo, la tecnología contribuye a una integración social más activa y significativa. La entrevistada 1 también refuerza esta idea:

“La tecnología puede ser un puente para mantenerlos conectados con su entorno.”

En algunos casos, el impacto se observa también en el **fortalecimiento del sentido de pertenencia y autoestima**. La E3 narra cómo su propia madre, al recibir una Alexa para uso personal, se sintió más empoderada por tener un dispositivo “propio” y por ser capaz de utilizarlo de forma autónoma:

“Sentir que ella es capaz de tener algo suyo. [...] muchas veces llego a su casa y ella está escuchando los 40 Urban.”

Todos estos relatos coinciden en demostrar que, cuando bien acompañada y adaptada, la tecnología puede enriquecer profundamente la vida de las personas mayores. Además, estos hallazgos apoyan directamente la hipótesis H2: la tecnología puede contribuir a mejorar el bienestar emocional y social de este

colectivo, especialmente cuando responde a intereses personales, promueve la autonomía y facilita el contacto con el entorno.

6.4.4. Importancia del acompañamiento y la red de apoyo

Uno de los factores más determinantes en la inclusión digital es la existencia de una red de apoyo, ya sea conformada por familiares, vecinos, personas voluntarias o programas, por ejemplo los ofrecidos por Cruz Roja. Las entrevistas confirman que **el acompañamiento es clave para superar miedos** y resolver dudas durante este periodo de aprendizaje tecnológica. La entrevistada 1 nos muestra la realidad que viven las personas mayores:

“Muchos mayores no tienen a nadie en casa que les ayude con la tecnología.”

En este contexto, el voluntariado y los programas de Cruz Roja adquieren una importancia fundamental. Por otro lado, existen casos en los que el apoyo no necesariamente proviene del entorno familiar, especialmente cuando la persona vive sola. En estos casos, suele contar con una **“red de apoyo invisibilizada”**, como vecinos o amistades del entorno. Sin embargo, la entrevistada 2 (E2) destaca que hay aspectos culturales importantes que deben ser considerados:

“En Segovia existe la cultura del ‘no quiero molestar’; ‘No quiero causar un problema’; ‘No quiero quitar tiempo’... Y en verdad, a lo mejor, lo que están es deseando poder ayudar. [...] los rasgos culturales también son una barrera.”

Muchas personas mayores, especialmente en contextos rurales como Castilla y León, prefieren no pedir ayuda por miedo a ser una carga o molestar a los demás, invisibilizando sus necesidades reales.

La importancia del entorno también se evidencia en los casos donde **la dinámica familiar representa una dificultad**. Una voluntaria que acompaña talleres de memoria compartió:

“Mi madre vive con mi hermano, mi hermano tiene mal carácter. Entonces como mi madre siempre tiene problemas con el móvil, mi hermano cada vez que le dice algo se pone súper enfadado.”

A partir de estos hallazgos, se refuerza la **hipótesis H1** de esta investigación: el apoyo intergeneracional y comunitario influye directamente en el uso de herramientas digitales por parte de las personas mayores. Fortalecer estas redes, ya sean formales o informales, es tan fundamental como garantizar el acceso físico a los dispositivos.

6.4.5. Uso de la tecnología según los intereses personales

Uno de los aspectos más relevantes mencionados por la entrevistada 2 (E2) en su entrevista es que las personas mayores tienden a utilizar la tecnología de acuerdo con sus intereses personales y necesidades concretas, lo cual refuerza la importancia de una aproximación individualizada en los procesos de alfabetización digital.

Según su experiencia, WhatsApp y otras herramientas de comunicación actúan como facilitadores para mantenerse en contacto con otras personas, especialmente en momentos de dificultad en los que se necesita ayuda. Responden a una necesidad de sentirse acompañados:

“Una de las necesidades fundamentales que tienen es sentirse acompañados y el WhatsApp, la verdad que ayuda mucho.”

Este uso afectivo de la tecnología, vinculado al contacto social y la reducción de la soledad, ha sido destacado también en estudios como los de De Marco (2022) y López de Coca et al. (2022), que señalan que **el significado personal y emocional** del uso digital es un factor determinante para su adopción. La E2 comenta:

“Si quieren ejercitar la memoria, [...] van a hacer cosas. Para ello, vale utilizar aplicaciones que en verdad les ayuden a ejercitar la memoria.”

La elección de las herramientas tecnológicas que utilizan depende, en gran medida, de sus gustos, intereses y objetivos personales:

“Pues, me gusta la lectura’, pues van a buscar de qué manera la tecnología puede apoyar esa lectura.”

Estos hallazgos refuerzan la **hipótesis H3** de esta investigación, que plantea que la adaptación de los servicios digitales a los intereses reales de las personas mayores favorece su uso y apropiación.

6.4.6. Miedo, rechazo y desconfianza hacia la tecnología

El **miedo a lo desconocido y la desconfianza hacia lo digital** son algunos de los principales obstáculos emocionales en la adopción tecnológica por parte de las personas mayores. Y cuando se trata de dispositivos nuevos, como los asistentes de voz, ese temor puede intensificarse aún más. La E2 menciona que, en algunos casos, las personas inicialmente interesadas en tener una Alexa rechazaron su instalación al sentir temor o inseguridad:

“Lo que nos ha pasado es de gente que nos ha dicho que sí que quería... Y hemos llamado: ‘Oye, ya tenemos a Alexa preparada, vamos a ponerla...’ Y no les interesa.”

Este comportamiento suele estar motivado por preocupaciones sobre la seguridad de los datos y la privacidad, ya que para pedir una Alexa, el usuario tiene que compartir copias de documentos y dar información personal, como la contraseña del módem. Otra cuestión es que muchas personas tienen miedo de dañar el dispositivo, como vimos en las entrevistas grupales. En las entrevistas con profesionales, esto se percibe como una barrera real que debe abordarse con paciencia y estrategias de familiarización progresiva.

La entrevistada 3 (E3) amplía esta perspectiva al señalar que el miedo también puede venir del entorno familiar, especialmente de los hijos, quienes temen que sus padres puedan ser engañados o hacer un mal uso de la tecnología, aunque estos riesgos estén técnicamente controlados, ya que la Alexa viene configurada con solo algunas aplicaciones disponibles y muchas otras bloqueadas:

“Hay mucha reticencia por parte de los hijos por miedo a que les engañen a sus padres [...] Porque de verdad es que si la Alexa está capada, bueno, aunque no esté capada, no van a poder comprar nada porque no tienen una cuenta de Apps.”

Estas observaciones se relacionan con el concepto de brecha motivacional, como destacan DiMaggio y Hargittai (2001), según el cual no basta con tener acceso a la tecnología, sino que es necesario superar las barreras emocionales y cognitivas que dificultan su aceptación. También refuerzan la **hipótesis H3**, que plantea que la adaptación del servicio y el apoyo constante pueden aumentar la confianza y fomentar un uso significativo.

6.4.7. Predominio femenino en la participación digital

Uno de los patrones observados de forma reiterada en las entrevistas es el claro predominio de mujeres entre las personas mayores que participan en talleres tecnológicos y en el programa de asistentes de voz (Alexa).

La entrevistada 3 (E3) indica que aproximadamente el **80 % de las personas que participan en estos programas son mujeres**, lo que evidencia una tendencia de género en el acceso y apropiación de la tecnología.

La entrevistada 2 (E2) también destaca este patrón al señalar que, en general, las mujeres muestran un mayor interés por actividades colectivas, aprendizaje y socialización, mientras que los hombres tienden a ser más reservados y menos abiertos a participar.

“Por lo general, quienes participan en las actividades son las mujeres en todo. Los hombres son poco participativos [...] están más cerrados, más de ir al hogar y jugar la partida con sus amigos, pero no se plantean una actividad porque no la sienten como su espacio.”

Esta disparidad puede estar asociada a roles sociales consolidados a lo largo de la vida, en los que las mujeres asumen con mayor frecuencia responsabilidades relacionadas con el cuidado, la comunicación y la vida comunitaria. También puede estar relacionada con el hecho de que, al envejecer, las mujeres suelen buscar más estrategias para mantener la autonomía y la red social.

Este hallazgo es relevante porque muestra que la exclusión digital no es neutra en términos de género. Al contrario, las acciones de inclusión deben considerar las diferentes motivaciones, resistencias y formas de involucramiento de hombres y mujeres con las tecnologías, un punto también abordado por autores como López de Coca et al. (2022), al destacar la importancia de diseñar intervenciones tecnológicas con perspectiva de género.

6.4.8. Sugerencias para mejorar la inclusión digital

A lo largo de las entrevistas, se comentaron diversas propuestas y reflexiones sobre cómo mejorar los programas de alfabetización digital y el uso de tecnologías por parte de las personas mayores. Estas sugerencias reflejan no solo la experiencia práctica de las profesionales, sino también un conocimiento profundo del contexto social y emocional de los usuarios.

Una de las ideas fue la necesidad de **más formación adaptada y continuada**, tanto para usuarios como para el propio equipo técnico y voluntariado:

“Sería ideal que pudiéramos seguir con más sesiones de familiarización y resolver dudas técnicas en el momento.” (E3, 2025)

“Más que repartir tecnología, necesitamos generar oportunidades de aprendizaje y de conexión.” (E1, 2025)

Una sugerencia especialmente significativa surgió de una voluntaria que participa en los talleres de memoria. Ella propuso la creación de dispositivos móviles **más sencillos, con funcionalidades limitadas y controles adaptados**, como una especie de “control parental inverso” pensado para personas mayores:

“Un móvil que les ayudase, como enfocados... igual que hay móviles que son para niños, pues con control para ‘abuelas’. [...] Con menos cosas, más sencillo. Que hubiera tres o cuatro cosas y ya está.”

La entrevistada 2 (E2) también propone una crítica relevante al modelo actual de diseño tecnológico, que **no tiene en cuenta las condiciones reales de uso de las personas mayores**. Para ella, no basta con aumentar el tamaño de la letra o simplificar menús; es necesario un enfoque inclusivo desde el origen:

“La tecnología no está diseñada pensando en ellas, aumentan el tamaño de la letra y afirman que está adaptada, pero no es suficiente. [...] Lo ideal sería crear tecnología con y para personas mayores, en lugar de adaptarla después.”

Al involucrar a las personas mayores en el **proceso de desarrollo**, se podrían comprender sus dificultades reales, miedos y expectativas, lo cual responde directamente a los principios del **diseño centrado en el usuario** y del **envejecimiento activo y participativo**. Esta idea se alinea con De Marco (2022), quien defiende metodologías co-creativas y accesibles como clave para una verdadera apropiación tecnológica.

Un aspecto menos abordado, pero igualmente relevante en los procesos de inclusión digital, es el **lenguaje simbólico de la tecnología**: íconos, emojis, abreviaciones o comandos visuales que son familiares para las generaciones más jóvenes, pero que resultan incomprensibles para muchas personas mayores.

La entrevistada 2 (E2) ilustra esta barrera con una anécdota significativa sobre Luis, un voluntario de 70 años:

*“Estoy hasta las narices de que me mandes eso.” – “¿Qué imágenes son esas? Yo no entiendo.” – “Son unos muñecos abrazándose, un abrazo.”
“¡Anda, que es un abrazo!” (Luis, citado por E2, 2025)*

Este caso revela que incluso personas con alta experiencia vital y profesional pueden sentirse excluidas o frustradas por no reconocer el significado de imágenes aparentemente simples. Como concluye la entrevistada 2 (E2):

“La tecnología nació en otra época. Hay que incluso cambiar ciertos lenguajes de imagen.”

Estas barreras simbólicas, si no son tenidas en cuenta, pueden obstaculizar la apropiación tecnológica, incluso cuando hay motivación o acceso. Por ello, es clave incorporar a las personas mayores en el proceso de diseño, no solo para definir funciones, sino también para **evaluar la comprensión de los lenguajes visuales y culturales** que configuran la experiencia digital.

Estas propuestas fortalecen la **hipótesis H3** de esta investigación, que subraya la importancia de adaptar los servicios digitales a las realidades y necesidades concretas de los usuarios mayores. Además, muestran una comprensión transversal del fenómeno de la inclusión digital: técnica, humana, cultural y estructural.

6.4.9. Discusión e interpretación de los resultados

A partir de las entrevistas individuales con profesionales de Cruz Roja en Segovia, se pueden confirmar muchos de los hallazgos comentados anteriormente (ver [Tabla 12](#)) y validar las hipótesis planteadas en la investigación. Además, se aporta un dato importante relacionado con el contexto rural y el impacto de la tecnología.

Tabla 12: Síntesis de hallazgos a partir de las entrevistas con profesionales de Cruz Roja Segovia.

Hallazgo observado	Concepto relacionado	Objetivo vinculado	Hipótesis vinculada
--------------------	----------------------	--------------------	---------------------

Falta de conectividad, bajo conocimiento técnico, dificultades motrices/visuales.	Brecha de uso (Helsper, 2012); Desigualdad territorial en acceso (Fernández-Ardèvol, 2022).	OE1: Analizar barreras estructurales y técnicas que impiden el uso efectivo de la tecnología.	H3: Falta de soporte institucional limita la apropiación tecnológica.
Miedo, rechazo, desconfianza hacia Alexa y otros dispositivos.	Brecha motivacional DiMaggio y Hargittai (2001); Alfabetización digital emocional (Bogoslov et al., 2024)	OE1: Comprender barreras emocionales y motivacionales en la adopción de tecnología	H2: La exclusión refuerza la soledad y la idea de que la tecnología no es para ellos.
Baja participación de hombres en los programas; predominancia femenina en talleres.	Perspectiva de género en inclusión digital.	OE1: Evaluar cómo las cuestiones de género influyen en la participación en programas tecnológicos.	H3: La adaptación de los programas a las necesidades de ambos géneros genera mayor interés en la participación.
Tecnología mejora la autonomía, bienestar y conexión con el entorno	Uso significativo de la tecnología López de Coca et al. (2022); envejecimiento activo y saludable Mubarak y Suomi (2022)	OE3: Explorar impactos positivos del uso de asistentes de voz en la vida cotidiana de personas mayores	H3: La tecnología contribuye a mejorar el bienestar emocional y social de este colectivo.
Apoyo familiar, comunitario y voluntariado como facilitadores esenciales	Redes de apoyo; acompañamiento intergeneracional (Mubarak y Suomi, 2022)	OE3: Investigar el papel del entorno social en la adopción tecnológica	H1: El acompañamiento influye directamente en el uso de tecnología
Uso individualizado de tecnología según intereses personales (WhatsApp, memoria, lectura, etc.)	Utilidad percibida (De Marco, 2022); diseño centrado en el usuario (López de Coca et al. 2022)	OE1: Entender cómo adaptar la alfabetización digital a los intereses reales de las personas mayores	H3: La adaptación de los servicios digitales a los intereses reales de las personas mayores favorece su uso y apropiación.
Falta de formación técnica del personal y voluntariado	Capacitación específica; pedagogía adaptada (Abad Alcalá, 2016).	OE2: Identificar limitaciones institucionales que afectan el desarrollo de los programas digitales	H3: Las estrategias de educación digital pueden complementar la capacitación de este grupo.
Tecnología como puente emocional, cultural y simbólico (radio argentina, música, emojis incomprensibles)	Lenguaje simbólico digital; conexión identitaria (De Marco, 2022).	OE3: Desarrollar campañas y materiales que promuevan la inclusión digital.	H3: La importancia de adaptar los servicios digitales a las realidades y necesidades concretas.

Sugerencia de dispositivos adaptados, interfaz simplificada, co-creación con mayores.	Diseño inclusivo; control parental inverso; co-creación con usuarios (De Marco, 2022).	OE3: Proponer estrategias de mejora para la inclusión tecnológica basada en necesidades concretas.	H3: La importancia de adaptar los servicios digitales a las realidades y necesidades concretas.
Cultura del “no molestar” y miedo a pedir ayuda	Barreras culturales invisibles (Selwyn, 2004).	OE1: Reconocer obstáculos socioculturales que afectan la participación de mayores en programas digitales.	H1: Las personas mayores que reciben apoyo tienen más probabilidades de utilizar herramientas digitales.

Fuente: *Elaboración propia a partir de las entrevistas con profesionales de Cruz Roja Segovia (2025), en diálogo con el marco teórico del estudio.*

Una de las barreras señaladas fue la estructural, especialmente en las zonas rurales de Segovia, donde la cobertura de internet sigue siendo un problema, lo que imposibilita la implementación de programas clave de la institución. Esta situación refleja una clara **brecha digital territorial**, donde el lugar de residencia condiciona las oportunidades de inclusión tecnológica.

No basta garantizar acceso a la red, como sostiene Carrasco-Campos (2025); es fundamental asegurar condiciones de uso significativo, con calidad técnica, dispositivos adecuados y acompañamiento personalizado. Las entrevistas confirman esta visión: la carencia de conectividad estable, de habilidades técnicas y de recursos humanos limita gravemente el aprovechamiento real de tecnologías como poner la Alexa en zonas rurales.

Además, existen limitaciones físicas relacionadas con la baja visión, la disminución de la audición, la coordinación motora y el hecho de que los dedos pueden estar hinchados o ser demasiado grandes para el teclado. También hay dificultades relacionadas con la destreza digital, así como una baja alfabetización digital y falta de confianza en las tecnologías modernas, que se presentan como obstáculos recurrentes, en línea con los planteamientos de Fernández-Ardèvol (2022).

Un punto en común con los análisis anteriores (entrevistas grupales y observación del taller de móvil) es el uso específico de la tecnología por parte de las personas

mayores, que está vinculado a sus intereses. Es decir, no se acercan a la tecnología por curiosidad tecnológica, sino por necesidad práctica o emocional. Por ejemplo, usan WhatsApp para hablar con la familia, aprenden a pedir citas médicas por obligación y adoptan dispositivos como Alexa cuando perciben un beneficio directo. Esto se relaciona con los conceptos de **utilidad percibida y adopción significativa** (Selwyn, 2004; Helsper, 2012), subrayando que la inclusión digital debe partir de motivaciones concretas y cotidianas, y no de imposiciones técnicas o generalizadas.

Por otro lado, una vez más se observa la importancia de contar con una red de apoyo durante el uso cotidiano de la tecnología por parte de las personas mayores, especialmente en la fase de aprendizaje. Esta red puede estar conformada por familiares, vecinos, amistades o entidades como Cruz Roja. En este sentido, el aprendizaje no se produce solo por necesidad, sino que el entorno humano que acompaña el proceso tiene una gran influencia en esta etapa. Como señalan diversos estudios (Mubarak y Suomi, 2022; De Marco, 2022), la adopción tecnológica en la vejez se ve facilitada cuando existe un contexto de confianza, paciencia y accesibilidad social.

Y al analizar el contexto actual de Cruz Roja Segovia, se nota una escasez en el número de voluntarios para acompañar a las personas mayores. Además, surge otro tema delicado: la falta de formación a estos voluntarios. Según Abad Alcalá (2016), la ausencia de una capacitación específica del personal voluntario o técnico que imparte talleres digitales puede limitar seriamente la eficacia del proceso de enseñanza-aprendizaje con personas mayores, al no estar preparados para adaptar los contenidos a sus ritmos, intereses y capacidades.

Se notó en la práctica, durante las observaciones y las entrevistas grupales, que la mayoría de las personas involucradas en los proyectos de Cruz Roja son mujeres. Las entrevistadas E2 y E3 también confirmaron esta diferencia de participación entre hombres y mujeres. Esto indica que las mujeres mayores participan más activamente en espacios comunitarios, lo que favorece su aprendizaje digital.

Es posible concluir que **la tecnología tiene dos caras**: por un lado, representa frustración, imposición y miedo; por otro, puede tornarse una fuente de compañía,

seguridad y autonomía. Seifert (2021) comenta esta dualidad y la necesidad de intervenciones sensibles al ritmo y al contexto de cada persona mayor.

Después de todo, no basta con ofrecer recursos tecnológicos y cobertura de internet; es fundamental brindar un acompañamiento personalizado que se adapte al ritmo y a los intereses de las personas mayores. Esto valida la hipótesis H1, que sostiene que quienes reciben apoyo tienen más posibilidades de aprender y utilizar herramientas tecnológicas. Asimismo, se confirma la hipótesis H2, ya que la tecnología contribuye a mejorar el bienestar emocional y social de este colectivo. Finalmente, también se respalda la hipótesis H3, que resalta la necesidad de adaptar las aplicaciones y los servicios existentes a un lenguaje familiar para las personas mayores, así como a sus necesidades específicas.

6.5. Balance general del proceso de análisis de la investigación

A partir del análisis cualitativo de las múltiples técnicas empleadas en esta investigación, fue posible identificar una serie de ideas clave, experiencias, barreras y oportunidades relacionadas tanto con los programas existentes de Cruz Roja Segovia como con el uso de la tecnología entre el público de personas mayores.

Si bien las situaciones observadas son heterogéneas, emergen patrones comunes que permiten esbozar algunas conclusiones relevantes.

La adopción de la tecnología por parte de las personas mayores está vinculada a tres factores:

- 1. Externos y estructurales**, como la calidad de los dispositivos y la cobertura de internet en la región.
- 2. Emocionales**, como el temor a fraudes, la adaptación forzada a los mecanismos actuales y las motivaciones, ya sean personales o impuestas por servicios como los bancos.

3. Y, por último, los **factores sociales**, que son fundamentales para que las personas mayores se sientan seguras en el proceso de aprender y continuar utilizando la tecnología en su vida cotidiana.

A través de las entrevistas grupales, se pudo observar una diferencia significativa entre los grupos, especialmente en cuanto al nivel de autonomía digital, la relación emocional con la tecnología y la disposición para aprender a utilizarla. Se identificaron los siguientes patrones:

1. **Quienes están más dispuestos a aprender** suelen contar con una red de apoyo sólida, compuesta por familiares, amistades o personas voluntarias, que les brinda confianza y acompañamiento constante.
2. **Quienes rechazan la tecnología** tienden a construir una barrera emocional en torno a su uso, y solo acceden a utilizarla cuando se sienten obligados, ya sea por presión familiar o por necesidad circunstancial.
3. **La motivación inicial está estrechamente vinculada al significado personal de la tecnología**, es decir, cuando el uso responde a una necesidad concreta, como comunicarse con seres queridos o consultar información útil, la disposición al aprendizaje tiende a aumentar, incluso entre quienes inicialmente mostraban resistencia.

Se identificaron ejemplos reales que ilustran los conceptos de brecha digital de acceso, uso y motivación, los cuales incluso se manifestaron de manera interrelacionada.

1. Brecha de acceso:

Algunas de las personas entrevistadas disponían de teléfonos móviles antiguos o heredados, con funciones limitadas, lo que restringía considerablemente sus posibilidades de interacción digital. Además, el equipo de Cruz Roja confirmó que en algunas regiones de Segovia no hay cobertura de internet, lo que dificulta la implementación de los programas.

2. Brecha de uso:

Varias personas mayores expresaron dificultades para realizar tareas cotidianas con sus teléfonos móviles, incluso después de haber asistido a talleres. Esto revela una desconexión entre la comprensión teórica y la habilidad práctica. También surgieron obstáculos relacionados con interfaces poco intuitivas, como botones pequeños, aspecto que además está vinculado a limitaciones motrices y visuales.

3. Brecha de motivación:

El rechazo inicial a la tecnología también se relacionó con la falta de interés o con la percepción de que no aporta utilidad a su vida cotidiana. Es decir, cuando no existe un significado personal claro para el uso de la tecnología, la motivación para aprender disminuye, incluso cuando se tiene acceso físico al dispositivo. También es importante mencionar la barrera cultural presente en Castilla y León, donde muchas personas mayores tienden a evitar pedir ayuda por temor a incomodar a los demás.

Por último, las entrevistas con profesionales refuerzan la necesidad de modelos de intervención inclusivos, con un diseño pedagógico adaptado, estrategias de sensibilización familiar y programas formativos para voluntarios centrados en los intereses reales de las personas mayores.

Para visualizar de forma didáctica todos los hallazgos, en la [Tabla 13](#) se presentan los principales puntos de análisis:

Tabla 13: *Síntesis general del análisis cualitativo: hallazgos y factores clave en la apropiación digital de las personas mayores.*

Dimensión de análisis	Hallazgos principales	Factores condicionantes	Implicaciones
Acceso y equipamiento	Dispositivos antiguos, heredados o limitados	Brecha de acceso (Van Dijk, 2019)	Necesidad de renovar aparatos y ampliar cobertura de internet
Aprendizaje y uso	Preferencia por tareas cotidianas (mensajes, clima, fotos)	Percepción de utilidad (Selwyn, 2004); competencias básicas	Diseñar contenidos formativos prácticos y personalizados
Apoyo intergeneracional	Apoyo familiar ambivalente: desde el estímulo hasta la	Ritmo de aprendizaje (Abad-Alcalá, 2016); relaciones familiares	Promover redes empáticas y formación a familiares/voluntarios

	sobreprotección		
Barreras emocionales	Miedo a equivocarse, vergüenza, desmotivación	Autoestima tecnológica (Bogoslov et al., 2024)	Incorporar acompañamiento afectivo y pedagogía del error
Talleres de móviles	Participación activa pero con dificultades metodológicas	Brecha de uso (Helsper, 2012); falta de recursos didácticos	Mejorar planificación, materiales visuales y ampliar el número de personal para brindar atención individual
Uso de asistentes de voz (Alexa)	Alta valoración afectiva; uso funcional limitado	Brecha de motivación; diseño adaptado	Reforzar formación específica para los mayores y funcionalidades relevantes
Perspectiva profesional	Déficit estructural y formativo en programas institucionales	Limitaciones técnicas y culturales	Urge inversión en formación, personal y alianzas con otras empresas

Fuente: *Elaboración propia a partir de entrevistas grupales e individuales, observaciones de talleres y seguimiento telefónico (Cruz Roja Segovia, 2025).*

CAPÍTULO 7:

PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN: ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS

“Nosotros, mayores...

Ya no se acuerdan de nosotras.”

Participante de las entrevistas, mayo 2025

La propuesta de plan de comunicación desarrollada estuvo orientada a promover el empoderamiento digital de las personas mayores, de acuerdo con los hallazgos obtenidos durante el trabajo de campo realizado en colaboración con Cruz Roja en la ciudad de Segovia. El plan busca responder a los objetivos del presente estudio mediante acciones comunicativas con impacto real, diseñadas desde una perspectiva intergeneracional e inclusiva.

Las iniciativas que se presentan a continuación se enmarcan en el ámbito de la comunicación con fines sociales, y están orientadas a fortalecer la inclusión digital, fomentar el acompañamiento intergeneracional y sensibilizar a la comunidad acerca de la importancia de reducir la brecha digital en la vejez.

7.1. Objetivos del plan de comunicación

Los objetivos establecidos para este plan de comunicación tienen como finalidad apoyar y visibilizar las acciones orientadas a reducir la brecha digital en las personas mayores, promoviendo la participación intergeneracional, el aprendizaje continuo y la inclusión digital.

Contempla una fase inicial de implementación durante los primeros siete meses (de agosto de 2025 a febrero de 2026). A continuación, se presentan los **objetivos a corto plazo** para este plan de comunicación:

1. Sensibilizar a la sociedad sobre la existencia y las consecuencias de la brecha digital en las personas mayores desde septiembre de 2025 a febrero de 2026

La idea es promover una mirada empática, desmontar los estereotipos contruidos en torno al uso de la tecnología por parte de los adultos mayores y visibilizar las barreras reales que enfrenta este colectivo en términos de acceso, uso y motivación tecnológica.

2. Captar al menos diez nuevos voluntarios jóvenes para participar en programas intergeneracionales durante el mes de agosto de 2025

La idea es resaltar la importancia de apoyar a las personas mayores en el proceso de aprendizaje para el uso de la tecnología. Nadie mejor para esta labor que quienes han nacido en la era digital, además de poner en valor la riqueza del vínculo entre generaciones.

3. Fomentar el interés y la participación de las personas mayores en iniciativas de aprendizaje digital incorporando al menos diez personas mayores nuevas al programa durante los meses de septiembre y octubre de 2025

La idea es transmitir que aprender a utilizar la tecnología es posible, superando barreras emocionales como el miedo y la inseguridad. Además, se busca fomentar la autoestima digital y reforzar el papel activo de las personas mayores como protagonistas en una sociedad cada vez más conectada.

7.2. Público objetivo para las comunicaciones

Este plan de comunicación se orienta a tres grupos principales que desempeñan un papel clave en la ejecución de las acciones propuestas. Esta segmentación permite adaptar las estrategias comunicativas a cada público, con el fin de maximizar su impacto y efectividad. A continuación, se detallan los tres públicos destinatarios:

1. Personas mayores (de 65 a 85 años)

Se trata de personas mayores residentes en Segovia, especialmente aquellas con movilidad reducida o en situación de vulnerabilidad digital. Algunas participan en talleres organizados por Cruz Roja o forman parte de su red de atención, mientras que otras podrían ser motivadas a integrarse mediante acciones comunicativas cercanas, motivadoras y empáticas.

2. Personas jóvenes (de 18 a 30 años)

Personas con interés en el voluntariado social, especialmente aquellas que ya forman parte de Cruz Roja Juventud o que pueden ser movilizadas para participar en el programa intergeneracional. El perfil buscado corresponde a personas familiarizadas con el uso de tecnologías, con disposición para contribuir socialmente a través del vínculo y el intercambio de experiencias con personas mayores. Se trata de individuos que desean generar un impacto positivo mediante acciones sociales, de bajo esfuerzo pero con alto potencial transformador.

3. Comunidad en general (a partir de 30 años)

Incluye a familiares y personas cuidadoras de adultos mayores, vecinos, profesionales del ámbito social y de salud, instituciones locales y a la población segoviana en general. Es fundamental sensibilizar a este público para despertar el interés en esta problemática, además de que pueden contribuir a amplificar el mensaje y fomentar la creación de una cultura más inclusiva respecto al envejecimiento y al uso de la tecnología.

La [Figura 25](#) muestra un resumen visual del público objetivo del plan de comunicación, segmentado en tres grupos principales.

Figura 25: Resumen ilustrativo del público objetivo de la campaña dividido en tres perfiles principales.



Fuente: *Elaboración propia basada en la segmentación del público objetivo del plan de comunicación (2025).*

7.3. Estrategia general de comunicación

La estrategia de comunicación tiene como objetivo generar un sentimiento de empoderamiento digital en el colectivo principal, sensibilizar a la sociedad sobre la problemática de la brecha digital y fomentar la participación activa de los tres grupos definidos. El mensaje principal es destacar que la brecha digital no se refiere únicamente a una cuestión tecnológica, sino que también representa un factor que genera desigualdades sociales, generacionales y culturales. A continuación, se detallan los pilares estratégicos que guían las acciones de este plan:

- **Estrategia de movilización social para generar conciencia colectiva sobre las desigualdades tecnológicas que afectan a las personas mayores**

Se busca movilizar a la sociedad en torno a las barreras digitales que enfrentan las personas mayores. A través de contenidos empáticos, testimonios reales y acciones comunitarias, se promueve la implicación social, se visibilizan las iniciativas de Cruz Roja y se fomenta una mirada comprometida frente al envejecimiento en la era digital. Como efecto adicional, esta estrategia contribuye a despertar la empatía colectiva, invitando a mirar con sensibilidad y compromiso las distintas realidades que viven las personas mayores en contextos de transformación tecnológica.

En la [Tabla 14](#) se presenta la relación directa entre la estrategia formulada, el objetivo que se busca alcanzar y las tácticas comunicativas propuestas para su implementación.

Tabla 14: *Relación entre la primera estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación.*

Objetivo relacionado	Público Objetivo	Estrategia de comunicación	Tácticas asociadas
Sensibilizar a la sociedad sobre la existencia y las consecuencias de la brecha digital en las personas mayores.	Comunidad en general (a partir de 30 años)	Estrategia de movilización social para generar conciencia colectiva sobre las desigualdades tecnológicas que afectan a las personas mayores.	Publicaciones quincenales en redes sociales que aborden la problemática de la brecha digital.
			Videos de testimonios cortos en formato de píldoras audiovisuales con las personas mayores.
			Publirreportajes en prensa local con entrevistas y testimonios de los mayores.
			Integración de entrevistas y cápsulas informativas en radios locales para sensibilizar a la audiencia sobre la brecha digital.

Fuente: *Elaboración propia a partir del diseño estratégico de comunicación (2025).*

- **Estrategia para promover la diversidad intergeneracional para el aprendizaje de las personas mayores**

Se busca fortalecer el vínculo entre generaciones como fuente principal para compartir conocimientos, siendo una herramienta clave en el proceso de aprendizaje de las personas mayores a través de las enseñanzas de generaciones más jóvenes, ya familiarizadas con la tecnología. Al mismo tiempo, esta estrategia busca fortalecer la relación entre distintas franjas etarias, construyendo vínculos de confianza, fomentando el respeto mutuo y mostrando ejemplos positivos, humanos y transformadores del intercambio entre generaciones.

En la [Tabla 15](#) se muestra cómo la estrategia diseñada se vincula directamente con el objetivo planteado y con las tácticas comunicativas definidas para llevarla a cabo.

Tabla 15: *Relación entre la segunda estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación.*

Objetivo relacionado	Público Objetivo	Estrategia de comunicación	Tácticas asociadas
Captar voluntariado joven para participar en programas intergeneracionales.	Personas jóvenes (de 18 a 30 años)	Estrategia para promover la diversidad intergeneracional para el aprendizaje de las personas mayores.	Programa intergeneracional en las casas de las personas mayores.
			Campaña de captación de voluntariado joven (carteles y redes).
			Acción urbana mediante carteles en puntos estratégicos para captar voluntariado joven.
			Formación inicial con los voluntarios para dar seguimiento a las visitas domiciliarias.

Fuente: *Elaboración propia a partir del diseño estratégico de comunicación (2025).*

- **Estrategia para fomentar la participación activa de las personas mayores**

Se promueve el protagonismo de las personas mayores en las comunicaciones digitales de Cruz Roja, así como en otros canales dentro de entornos digitales y comunitarios. Con mensajes que reconozcan sus saberes, experiencias y capacidades, y desmontando los estereotipos relacionados con la edad y el uso de la tecnología. Se prioriza su participación activa en la creación de contenidos, compartiendo expresiones en primera persona y el reconocimiento de sus trayectorias y competencias.

La [Tabla 16](#) detalla la conexión entre la estrategia definida, el objetivo que se pretende alcanzar y las tácticas comunicativas planteadas para su ejecución.

Tabla 16: *Relación entre la tercera estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación.*

Objetivo relacionado	Público Objetivo	Estrategia de comunicación	Tácticas asociadas
Fomentar el interés y la participación de las personas mayores en iniciativas de aprendizaje digital.	Personas mayores (de 65 a 85 años)	Estrategia para fomentar la participación activa de las personas mayores.	Grabación de píldoras audiovisuales con personas mayores.
			Publicación de testimonios en primera persona en redes sociales.
			Distribución de guías impresas con recomendaciones sobre tecnología.
			Participación en emisoras locales con voces de personas mayores.

Fuente: *Elaboración propia a partir del diseño estratégico de comunicación (2025).*

- **Estrategia para empoderar a las personas mayores en el uso de la tecnología**

Se busca promover procesos de empoderamiento que fortalezcan la autonomía, la confianza en el uso de herramientas cotidianas y la autoestima digital de las personas mayores. A través de acciones comunicativas que visibilizan logros, avances y aprendizajes cotidianos, se busca reducir el miedo y la percepción de incapacidad frente al entorno digital, como la publicación de testimonios en primera persona que reflejan experiencias reales de aprendizaje, la difusión de imágenes y contenidos visuales.

La [Tabla 17](#) detalla la conexión entre la estrategia definida, el objetivo que se pretende alcanzar y las tácticas comunicativas planteadas para su ejecución.

Tabla 17: Relación entre la cuarta estrategia, objetivos y tácticas del plan de comunicación.

Objetivos relacionados	Público Objetivo	Estrategia de comunicación	Tácticas asociadas
Fomentar el interés y la participación de las personas mayores en iniciativas de aprendizaje digital	Personas mayores (de 65 a 85 años)	Estrategia para empoderar a las personas mayores en el uso de la tecnología	Videos en formato de píldoras que muestren avances y logros de las personas mayores.
			Distribución de materiales didácticos, con consejos y un lenguaje accesible para personas mayores.
Captar voluntariado joven para participar en programas intergeneracionales	Personas jóvenes (de 18 a 30 años)		Acompañamiento domiciliario personalizado para atender las necesidades cotidianas de las personas mayores.
			Desafíos digitales semanales que incentiven acciones colectivas, como "hacer una videollamada con un amigo o un voluntario de Cruz Roja".

Fuente: *Elaboración propia a partir del diseño estratégico de comunicación (2025).*

7.4. Líneas de acción y tácticas comunicativas

La propuesta incluye dos líneas principales de acción, orientadas a atender las necesidades identificadas en el trabajo de campo, así como a responder a los objetivos planteados en el presente estudio.

La identidad discursiva de la campaña debe estar orientada a los distintos perfiles sociales que se desea alcanzar, garantizando una comunicación efectiva, empática y adaptada a cada realidad.

7.4.1. Línea de acción 1: Programa intergeneracional

Se propone la implementación de un **programa intergeneracional** en el que jóvenes voluntarios de Cruz Roja Juventud apadrinen a personas mayores, especialmente aquellas con movilidad reducida que no pueden desplazarse a la sede para participar en los talleres actualmente disponibles.

A través de visitas domiciliarias periódicas, se busca ofrecer apoyo personalizado en el uso de tecnologías, desde teléfonos móviles hasta electrodomésticos y otros dispositivos presentes en el hogar. Al mismo tiempo, esta iniciativa contribuye al fortalecimiento de los vínculos sociales y ofrece compañía, ampliando así el alcance de las acciones existentes para este colectivo.

El programa lleva por nombre “**Conectad@s en casa**” (ver [Fig. 26](#)), una expresión que remite tanto a la conexión digital como al vínculo humano que se genera en el entorno del hogar. El uso del símbolo “@” refleja la inclusión de generaciones, géneros e identidades, al tiempo que evoca el lenguaje propio del mundo digital.

La elección de este nombre busca destacar que la tecnología también puede ser una herramienta para el encuentro, el cuidado mutuo y la inclusión social, desde casa. Se trata de un proyecto especialmente valioso porque responde a necesidades reales de ambos colectivos: por un lado, las personas mayores reciben apoyo cercano y adaptado en su proceso de aprendizaje digital, ganando autonomía, autoestima y compañía en su propio entorno. Por otro lado, los jóvenes

voluntarios tienen la oportunidad de desarrollar habilidades sociales, empatía intergeneracional y un sentido de responsabilidad comunitaria.

Figura 26: Logotipo representativo de la iniciativa intergeneracional “Conectad@s en casa”.



Fuente: *Elaboración propia con el apoyo de inteligencia artificial (ChatGPT, 2025).*

Así, “Conectad@s en casa” simboliza no solo una conexión tecnológica, sino también emocional y humana, que fortalece el tejido social y transforma el acto de “enseñar” en una experiencia recíproca de cuidado, escucha y transformación.

Objetivos relacionados: Captar voluntariado joven para participar en programas intergeneracionales. Y fomentar el interés y la participación de las personas mayores en iniciativas de aprendizaje digital.

Con el fin de promover el acompañamiento digital y emocional de las personas mayores en su propio hogar, a través de visitas realizadas por jóvenes voluntarios de Cruz Roja Juventud.

Tácticas comunicativas:

- **Campaña de captación de voluntariado joven:** diseño de piezas visuales y mensajes dirigidos a jóvenes entre 18 y 30 años, destacando el impacto social de su participación. Difusión en redes sociales, centros educativos y espacios comunitarios.
- **Acción urbana:** intervención en espacios públicos mediante la colocación de carteles con frases provocadoras sobre la dependencia tecnológica y la exclusión digital. Busca llamar la atención de jóvenes y de la comunidad en general, generar conversación en redes sociales mediante el uso de hashtags, imágenes y visibilizar la importancia de apoyar a las personas mayores en su proceso de inclusión digital.
- **Publirreportaje en medios locales:** desarrollo de artículos promocionales o notas informativas para prensa escrita o digital de Segovia, resaltando historias inspiradoras de voluntariado y el valor del vínculo intergeneracional. Esta acción busca sensibilizar a familias, padres, madres, tías y tíos, para que animen a sus jóvenes a sumarse como voluntarios del programa.
- **Ficha de inscripción para voluntariado:** creación de un formulario sencillo (digital o físico) para recopilar datos sobre la disponibilidad, intereses y nivel de conocimiento tecnológico de cada persona voluntaria. Esta información permitirá asignaciones más efectivas y personalizadas.
- **Formación inicial para voluntariado:** elaboración de materiales de apoyo y talleres breves sobre cómo abordar las visitas, comunicarse con personas mayores y enseñar el uso de tecnología de forma clara y respetuosa, adaptándose al ritmo de aprendizaje de cada persona mayor.
- **Guía básica de orientación para las visitas:** material impreso destinado a los mayores con recomendaciones prácticas y consejos sobre el uso de las principales herramientas digitales, como WhatsApp, videollamadas, manejo de electrodomésticos, aplicaciones médicas, entre otras.

- **Registro colaborativo de visitas:** elaboración de un formulario sencillo (digital o físico) para monitorear temas abordados, dudas frecuentes y avances observados durante las visitas.
- **Publicaciones complementarias en redes sociales:** microtestimonios, frases destacadas de los encuentros y fotografías de las visitas o programas.
- **Encuentros mensuales con voluntarios:** realizados en la última semana de cada mes para recoger retroalimentación, actualizar materiales y acompañar el proceso.

7.4.2. Línea de acción 2: Píldoras audiovisuales

Se plantea una estrategia de **generación de contenidos para las redes sociales de Cruz Roja Segovia**, orientada a visibilizar las acciones existentes relacionadas con la alfabetización digital y el uso de la tecnología por parte de las personas mayores.

A través de la producción de píldoras audiovisuales breves, se busca dar voz a este colectivo para que comparta sus experiencias, aprendizajes y reflexiones en torno al mundo digital. La iniciativa tiene como objetivo contribuir a romper los estereotipos sociales, fomentar una imagen positiva y activa de las personas mayores, y divulgar los beneficios de los programas en curso. Además, se espera alcanzar nuevos participantes a través de familiares que, al verse impactados por los contenidos compartidos, se interesen por inscribir a sus madres, padres o personas cercanas en dichas actividades.

Esta propuesta lleva por nombre “**Metí la pata. ¿Y qué?**”, una expresión que surgió repetidamente durante las entrevistas y observaciones en campo, utilizada espontáneamente por las personas mayores para relatar sus errores tecnológicos con humor y naturalidad (Ver [Fig. 27](#)).

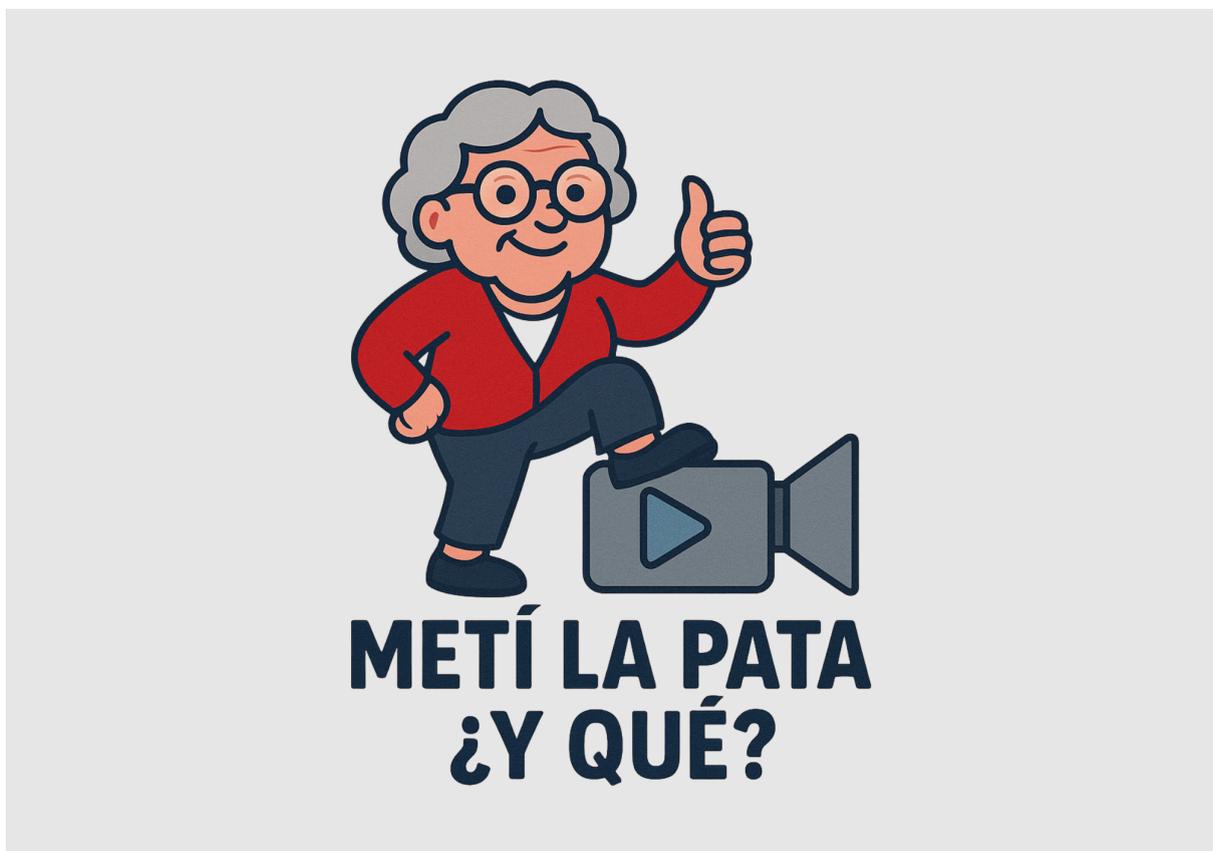
La elección de este nombre responde al deseo de construir una narrativa cercana, auténtica y con un tono lúdico, que invite a normalizar los errores como parte del

proceso de aprendizaje. Lejos de reforzar la vergüenza o el miedo al fracaso, la campaña propone una mirada positiva que empodere a las personas mayores y les anime a seguir explorando el mundo digital.

Así, “**Metí la pata. ¿Y qué?**” no solo genera identificación con el lenguaje cotidiano del colectivo de personas mayores, sino que también conecta emocionalmente con otros públicos, como familiares y cuidadores, al mostrar que aprender en la vejez es posible, necesario y también divertido.

Logo ilustrado del programa audiovisual “Metí la pata. ¿Y qué?”

Figura 27: Logotipo ilustrado del programa audiovisual “Metí la pata. ¿Y qué?”.



Fuente: Elaboración propia con el apoyo de inteligencia artificial (ChatGPT, 2025).

Objetivos relacionados: Sensibilizar a la sociedad sobre la existencia y las consecuencias de la brecha digital en las personas mayores. Y fomentar el interés y la participación de las personas mayores en iniciativas de aprendizaje digital.

Con el fin de visibilizar las experiencias reales de personas mayores con la tecnología, promoviendo su autoestima digital, combatiendo estereotipos de edad y sensibilizando la sociedad a través de contenidos breves para redes sociales.

Tácticas comunicativas:

- **Producción participativa de vídeos:** grabación de píldoras audiovisuales con personas mayores compartiendo sus experiencias con la tecnología, errores, descubrimientos, dudas y logros.
- **Publicación periódica en redes sociales:** difusión de los vídeos en los canales de Cruz Roja Segovia (Instagram y Facebook), con subtítulos accesibles, lenguaje claro y estilo visual amigable.
- **Publirreportaje y entrevistas en medios locales:** publicación de artículos o notas, que destaquen algún episodio de la campaña (por ejemplo, una señora que aprendió a hacer videollamadas con su nieta, o que recuperó su autonomía gracias a un voluntario). Estas piezas incluirán entrevistas y detalles de los programas existentes de alfabetización digital, invitando al público a seguir la serie en redes sociales y a inscribirse o recomendar los talleres de Cruz Roja.
- **Participación en radios locales:** difusión de fragmentos de testimonios o entrevistas breves con personas mayores y voluntarios/as en emisoras comunitarias, reforzando el mensaje de inclusión digital y promoviendo los canales oficiales de Cruz Roja.
- **Aproveitamento de datas chave:** publicação de conteúdos temáticos em datas relevantes (Dia do Idoso, Dia da Internet Segura, etc.) para ampliar o alcance e gerar engajamento.
- **Mensagens complementares:** além dos vídeos, criar pequenos posts com dicas práticas de tecnologia explicadas pelas próprias senhoras, como “Cómo enviar una foto por WhatsApp” ou “Lo que aprendí usando Google Maps”.

7.5. Identidad discursiva y estilo comunicativo

Definir una identidad discursiva clara y coherente es fundamental para toda la estrategia de comunicación desarrollada para Cruz Roja Segovia, en el marco del plan comunicativo destinado a los proyectos de alfabetización digital y tecnología para personas mayores.

A través del discurso y del estilo comunicativo adoptado, será posible generar impacto, empatía y acercar la organización a los tres públicos objetivo definidos.

Se busca transmitir la importancia de la inclusión digital de las personas mayores desde una mirada positiva, intergeneracional y transformadora, alejándose de enfoques estereotipados o asistencialistas y promoviendo una narrativa centrada en el respeto, la autonomía y el derecho a aprender en todas las etapas de la vida.

7.5.1. La voz y el tono comunicativo de la campaña

La voz de las acciones planificadas adopta un enfoque cercano, humano y socialmente comprometido. Se utiliza un lenguaje vívido y emocional que retrata de forma expresiva las vivencias de las personas mayores en su relación con la tecnología, destacando sus experiencias cotidianas y celebrando cada superación de barreras como un logro extraordinario.

Al mismo tiempo, es una voz que escucha, reconoce y valora profundamente las trayectorias y saberes de los públicos a los que se dirige.

Para el público joven, se emplea también una comunicación que informa, inspira y moviliza hacia la acción voluntaria. Esta voz se construye desde la horizontalidad, evitando jerarquías implícitas entre generaciones y promoviendo siempre el respeto, la empatía y la participación activa como pilares fundamentales del vínculo intergeneracional.

A continuación, se presenta en la [Tabla 18](#) los estilos comunicativos definidos en este plan con los canales más adecuados para su implementación y los públicos objetivo prioritarios. Esta organización permite alinear el tono del mensaje con las

características y necesidades de cada audiencia, garantizando así una comunicación más efectiva y coherente con los valores del proyecto.

Tabla 18: Tonos y estilos comunicativos según canal y público objetivo.

Público objetivo	Estilo comunicativo	Descripción	Canales recomendados
Personas mayores	Cercano y empático	Uso de expresiones cálidas, cotidianas y comprensibles que generan confianza e identificación emocional.	Vídeos testimoniales en las redes sociales y radio local.
Personas mayores, familias	Positivo y motivador	Refuerzo de logros, autonomía y avances en el aprendizaje digital, evitando el enfoque dramático o que genere miedo.	Carteles, redes sociales y publrreportajes.
Personas mayores, público general joven	Lúdico y espontáneo	Uso de humor leve y natural para normalizar errores y humanizar el proceso de aprendizaje.	Píldoras audiovisuales (“Metí la pata. ¿Y qué?”), reels.
Personas mayores, jóvenes voluntarios	Inclusivo y horizontal	Evita el tono jerárquico; promueve la diversidad y el respeto entre generaciones.	Piezas informativas, material pedagógico, redes sociales.
Personas mayores, jóvenes, comunidad en general	Claro y directo	Lenguaje sencillo y accesible, con mensajes visuales, breves y sin tecnicismos innecesarios.	Manuales impresos, guías de uso, carteles, stories y posts en redes.

Fuente: *Elaboración propia a partir de los principios discursivos definidos en el plan de comunicación (2025).*

7.5.2. Mensajes, insight y estilo comunicativo de la campaña

Los mensajes de la campaña han sido diseñados para dialogar de forma directa y empática con los tres públicos objetivo definidos en este plan. Cada mensaje busca no solo informar, sino también inspirar, movilizar y generar identificación, considerando el contexto emocional y social de cada audiencia.

A continuación, se presenta en la [Tabla 19](#) el resumen de los públicos objetivo, con sus objetivos comunicativos específicos dirigidos a cada uno de ellos y los mensajes clave que orientan las piezas y contenidos diseñados.

Tabla 19: *Público objetivo, objetivos de comunicación y mensajes clave.*

Público objetivo	Objetivo relacionado	Mensajes clave
Personas mayores (65-85 años)	Fomentar el interés y la participación de las personas mayores en iniciativas de aprendizaje digital.	<ul style="list-style-type: none"> - Nadie es demasiado mayor para aprender. - Cada clic es una conquista. - Nunca es tarde para aprender algo que puede mejorar tu vida.
Personas jóvenes (de 18 a 30 años)	Captar voluntariado joven para participar en programas intergeneracionales.	<ul style="list-style-type: none"> - Sé el cambio: acompaña, escucha, enseña. - Conecta con quienes más lo necesitan. - ¿Y si tu abuela no supiera usar el móvil? - Conecta con quienes más lo necesitan.
Comunidad en general (a partir de 30 años)	Sensibilizar a la sociedad sobre la existencia y las consecuencias de la brecha digital en las personas mayores.	<ul style="list-style-type: none"> - La brecha digital también es una forma de exclusión. - Juntos, jóvenes y mayores, podemos cerrar la brecha digital. - Nadie es demasiado mayor para aprender. - El acceso a la tecnología también es un derecho de las personas mayores.

Fuente: *Elaboración propia a partir de la definición del público objetivo, los objetivos estratégicos establecidos para cada grupo y los mensajes (2025).*

Para cada público objetivo definido en este plan de comunicación, se ha identificado un insight clave, es decir, el sentimiento que se busca despertar. Y también se presenta la imagen comunicacional que se desea proyectar a través de los mensajes, piezas visuales y contenidos.

En la [Tabla 20](#), se puede consultar una visión general de estos insights, organizados por públicos estratégicos.

Tabla 20: Insights emocionales e imagen comunicacional por público objetivo.

Público objetivo	Insight emocional que se desea despertar	Imagen comunicacional que se desea transmitir
Personas mayores (65 a 85 años)	Sentirse capaces de aprender cosas nuevas y orgullosos de cada pequeño logro.	Presentarles como protagonistas de su propio proceso de aprendizaje digital.
Personas jóvenes (18 a 30 años)	Sentir orgullo por hacer la diferencia en la vida de alguien y motivación al compartir su conocimiento digital.	Jóvenes como creadores del cambio: capaces de transformar realidades mediante herramientas digitales que dominan con naturalidad.
Comunidad en general (a partir de 30 años)	Sentir responsabilidad y empatía frente a la exclusión digital de las personas mayores.	Mostrar una comunidad consciente, que cuida e impulsa la inclusión de las personas mayores en el mundo digital.

Fuente: *Elaboración propia a partir de la definición del público objetivo, los objetivos estratégicos establecidos para cada grupo y los mensajes (2025).*

- **Personas mayores (65 a 85 años):**

La idea es despertar en las personas mayores el sentimiento de **sentirse capaces**. Muchas veces se piensa que en la vejez ya no se tiene la capacidad de aprender cosas nuevas. Sin embargo, se propone construir otra mirada: **no es necesario ser joven para usar la tecnología, basta tener ganas de aprender**. Resulta fundamental reforzar la autoestima digital de este colectivo, mostrándoles que cada pequeño avance cuenta y que cada logro, por mínimo que sea, es motivo de orgullo

- **Imagen comunicacional que se desea transmitir:**

Resulta fundamental reforzar la autoestima digital de este colectivo. Por ello, los mensajes y contenidos se diseñan para que las personas mayores se reconozcan como **protagonistas activas de su propio proceso de aprendizaje**, valorando cada avance y recuperando la confianza en sus capacidades.

- **Personas jóvenes (18 a 30 años):**

La idea es despertar en los jóvenes **el orgullo por hacer una diferencia concreta en la vida de alguien**, mostrándoles que su conocimiento digital, aunque aparentemente simple, puede transformar vidas.

Se apela a la necesidad de ayudar, sentirse útil y compartir momentos, algo que hoy cobra aún más fuerza en un contexto donde muchos jóvenes buscan experiencias con propósito y sentido social.

- **Imagen comunicacional que se desea transmitir:**

Los jóvenes son presentados como **creadores del cambio**, capaces de acercar a los adultos mayores al mundo digital con herramientas que para ellos son casi innatas. Así, compartir lo que saben se convierte en un gesto de impacto, un puente entre mundos, y una oportunidad de contribuir activamente a una sociedad más inclusiva.

- **Comunidad en general (a partir de 30 años):**

La idea es despertar en la comunidad en general el sentimiento de **sentir responsabilidad y empatía** frente a la exclusión digital de las personas mayores.

Muchas veces son los hijos, hijas, sobrinos o vecinos quienes pueden facilitar que una persona mayor acceda a un taller o reciba apoyo en su entorno. Por lo tanto, es fundamental que la sociedad se sienta responsable de la exclusión digital que afecta a los adultos mayores y que desee formar parte activa de esta transformación social.

- **Imagen comunicacional que se desea transmitir:**

Se busca proyectar una imagen de comunidad consciente y solidaria, que reconoce el valor de cuidar, compartir conocimientos y construir entornos donde envejecer no signifique quedarse atrás. La sociedad tiene un papel clave: acompañar, tener paciencia, apoyar y animar a las personas mayores en su proceso de aprendizaje digital ya representa un gran paso hacia la inclusión.

7.6. Piezas y materiales de comunicación

A continuación, se presentan algunos ejemplos de piezas gráficas y materiales desarrollados para este plan de comunicación. Aunque no estén todas las piezas previstas en la estrategia, las que están aquí representan el modelo de comunicación, el tono del lenguaje y la identidad gráfica que dará forma a la campaña desarrollada para la Cruz Roja Segovia

7.6.1. Publicaciones en redes sociales para la captación de voluntariado joven

Se han diseñado dos ejemplos de publicaciones ([Fig. 28](#)) para ser difundidas en las redes sociales de Cruz Roja Segovia (Instagram, Facebook y X). La idea es que estas publicaciones circulen de forma orgánica, por lo que también pueden compartirse en redes aliadas (como Casa Joven de Segovia); en el caso de Instagram, se propone utilizar el recurso Collabs para que aparezcan en ambas cuentas.

Estas piezas utilizan un lenguaje visual moderno, emocional y cercano, apelando a la empatía y al compromiso social de los jóvenes. El objetivo es despertar el interés por hacerse voluntario e invitar a nuevos perfiles a sumarse, resaltando el impacto que su participación puede tener en la vida de una persona mayor.

Figura 28: Ejemplos de publicaciones para redes sociales con el objetivo de atraer a voluntarios jóvenes para el proyecto intergeneracional de Cruz Roja.



Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos para el Trabajo de Fin de Máster (TFM), basada en estrategias planteadas para el programa de acompañamiento digital de Cruz Roja en Segovia (2025).

7.6.2. Acción urbana para la captación de jóvenes voluntarios

La acción urbana se dirigirá a jóvenes de entre **18 y 30 años**, con el objetivo de captar personas voluntarias para el programa intergeneracional. La idea es alcanzar al público en los espacios que frecuenta habitualmente, como escuelas, universidades, gimnasios, plazas, parques, entre otros lugares.

Para captar la atención de los jóvenes que pasan por el lugar, lo ideal es que los carteles utilicen colores vibrantes (los mismos que fueron utilizados en las publicaciones digitales). Sin embargo, considerando que los recursos financieros pueden ser limitados, también se ha creado una versión en blanco y negro para reducir los costes de impresión (ver [Fig. 29](#)).

Figura 29: Ejemplos de carteles para la acción urbana, con el objetivo de captar a jóvenes voluntarios para el proyecto intergeneracional de Cruz Roja.



Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos para el Trabajo de Fin de Máster (TFM), basada en estrategias planteadas para el programa de acompañamiento digital de Cruz Roja en Segovia (2025).

Las frases también pueden adaptarse al contexto del espacio en el que se coloque el cartel (ver [Fig. 30](#)), pero siempre utilizando un lenguaje juvenil, con un tono divertido y cercano. Todos los carteles incluirán un código QR que redirige al número de contacto o a la página de inscripción.

Figura 30: Ejemplo de cartel personalizado para entornos específicos, con el objetivo de atraer a jóvenes voluntarios al proyecto intergeneracional de Cruz Roja.



Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos para el Trabajo de Fin de Máster (TFM), basada en estrategias planteadas para el programa de acompañamiento digital de Cruz Roja en Segovia (2025).

7.6.3. Carteles publicitarios para la captación de personas mayores

Se diseñaron dos ejemplos de carteles publicitarios dirigidos a personas mayores, con el objetivo de atraerlas y dar a conocer el programa de manera clara, atractiva y accesible. En las imágenes (ver [Fig. 31](#)) se muestran personas mayores y voluntarios en un entorno hogareño, con el móvil en la mano, reflejando cómo será el acompañamiento digital ofrecido por el programa de Cruz Roja Segovia.

Figura 31: Ejemplos de carteles para captar a personas mayores interesadas en el proyecto intergeneracional de Cruz Roja.



Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos para el Trabajo de Fin de Máster (TFM), basada en estrategias planteadas para el programa de acompañamiento digital de Cruz Roja en Segovia (2025). Las fotografías fueron generadas mediante inteligencia artificial.

Los carteles presentan a una persona mayor junto a un joven voluntario o voluntaria. En el primero, una mujer mayor aparece acompañada por una voluntaria; y en el segundo, un hombre mayor está junto a un voluntario. Esta elección no fue aleatoria, ya que muchas mujeres mayores expresan preocupación por su seguridad al recibir visitas de hombres cuando viven solas, por lo que podrían sentirse más cómodas al recibir la visita de una voluntaria mujer.

7.6.4. Publireportaje en medios locales para la captación de personas mayores y de voluntarios

Se propone establecer alianzas con periódicos locales para la publicación de publireportajes (Fig. 32) y notas informativas que den a conocer el programa

‘Conectad@s en casa’, así como los videos del programa 'Metí la pata. ¿Y qué?'. Esta acción está orientada tanto a captar personas mayores para los programas como a jóvenes voluntarios, pero también busca sensibilizar a la sociedad sobre el tema de la brecha digital en el colectivo mayor.

Lo ideal es que estas colaboraciones se lleven a cabo sin fines comerciales, buscando el interés común por visibilizar iniciativas sociales con impacto positivo en la comunidad segoviana. Y dado que Cruz Roja es una institución de gran prestigio en España, reconocida por sus proyectos solidarios, se considera viable la publicación gratuita de contenidos en medios locales como una forma de promover el voluntariado, dar voz a las personas mayores y ampliar el alcance del mensaje.

Figura 32: Ejemplo de publlirreportaje del programa Conectad@s en Casa en formato de portada de periódico.



Fuente: *Elaboración propia con fines ilustrativos para el Trabajo de Fin de Máster (TFM), basada en actividades reales del programa de acompañamiento digital de Cruz Roja en Segovia (2025).*

Periódicos y portales locales recomendados:

- **El Adelantado de Segovia:** principal periódico impreso de la provincia, con una versión digital consolidada. Ideal para publrreportajes que destacan experiencias intergeneracionales.
- **El Norte de Castilla (edición Segovia):** periódico regional de gran circulación, con fuerte presencia en toda Castilla y León. Ofrece flexibilidad para publicar notas de proyecto o entrevistas.
- **Segoviaudaz.es:** portal digital independiente enfocado en noticias locales y cultura urbana. Excelentes para difusión rápida, contenidos virales y cobertura de eventos comunitarios.

7.6.5. Píldora audiovisual para la campaña “Metí la pata. ¿Y qué?”

El programa “Metí la pata. ¿Y qué?” fue creado para romper estereotipos, sensibilizar a la población sobre la brecha digital desde una mirada divertida y, además, atraer nuevos participantes a los programas a través de sus familiares que están conectados a las redes sociales.

Por lo tanto, se propone la creación de una serie de píldoras breves protagonizadas por personas mayores que participan en los talleres y demás programas tecnológicos activos de Cruz Roja ([Fig. 33](#)). Estas piezas tratan de situaciones reales contadas de manera espontánea, vividas durante el aprendizaje digital.

Se grabó un episodio piloto para este programa, con la participación de una persona mayor alumna del taller de móviles. Ella nos comparte sus pensamientos sobre la tecnología en un tono conversacional y relajado, mostrando una perspectiva positiva, humana y empoderadora (ver [Anexo 6](#)).

Figura 33: Mockups del episodio piloto de la campaña “Metí la pata. ¿Y qué?”.



Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos para el Trabajo de Fin de Máster (TFM), con el material audiovisual registrado durante la fase de observación en los talleres de móvil (2025).

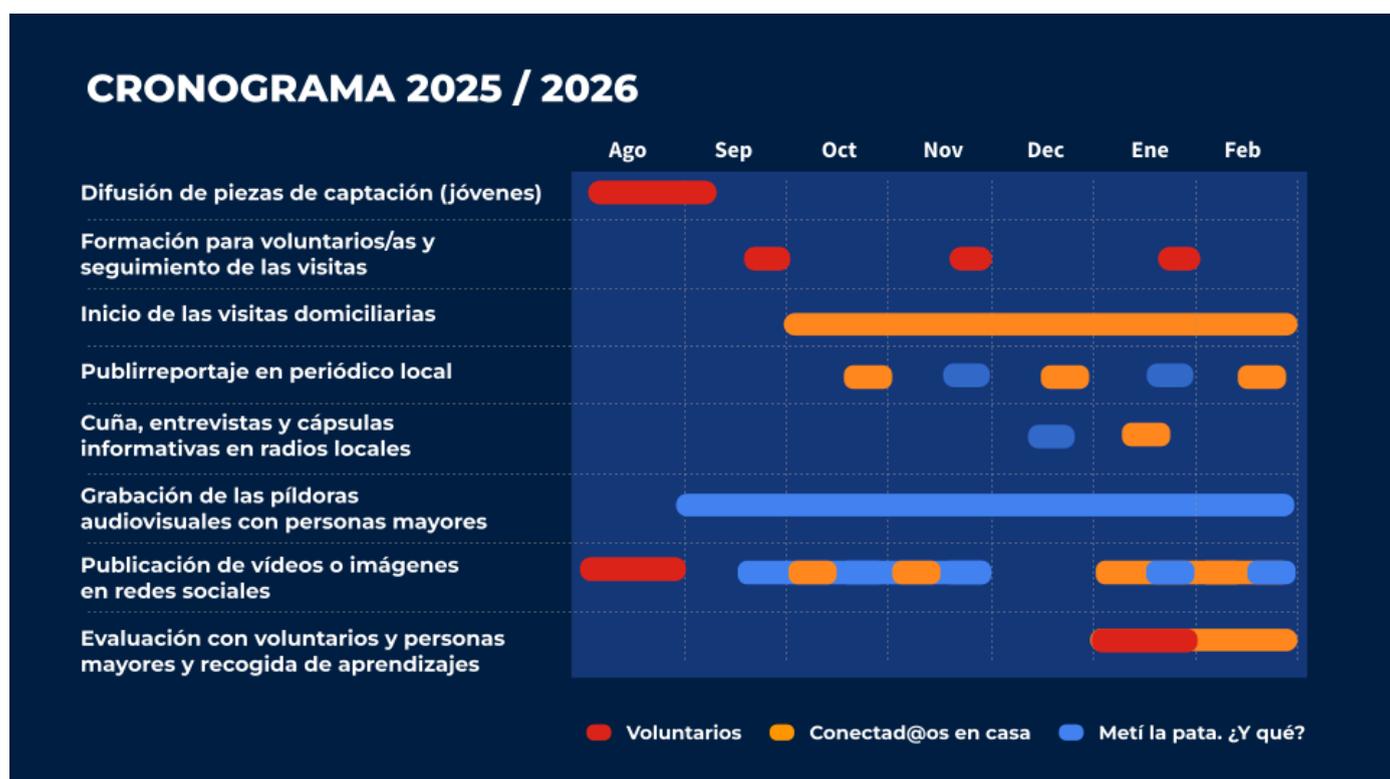
Esta estrategia fue diseñada no solo para generar identificación con otras personas mayores, sino también para sensibilizar a familiares, voluntarios y a la sociedad en general sobre el proceso de aprendizaje digital, romper estereotipos y visibilizar el derecho a equivocarse como parte natural del camino.

7.7. Cronograma de implementación

La implementación del plan de comunicación se organizará en tres fases principales: preparación, ejecución y seguimiento, a lo largo de un periodo estimado de seis meses, con posibilidad de ajustes según los recursos disponibles y la respuesta del público.

El cronograma visual (Fig. 34) detalla la distribución temporal de las principales acciones de comunicación del plan, abarcando desde agosto de 2025 hasta febrero de 2026. Las actividades están organizadas en tres líneas principales: voluntariado, programa Conectad@s en casa y la campaña digital Metí la pata. ¿Y qué?.

Figura 34: Cronograma visual de implementación del plan de comunicación (2025–2026).



Fuente: Elaboración propia a partir de la planificación estratégica del proyecto Conectad@s en casa y la campaña Metí la pata. ¿Y qué? (2025).

En **agosto 2025**, inicia la difusión de las piezas de captación dirigidas a jóvenes, coincidiendo con el inicio del curso académico, momento estratégico para atraer nuevos voluntarios/as. Paralelamente, se realiza la publicación inicial en redes sociales para introducir la campaña también a través de las redes y alcanzar a los jóvenes.

En **septiembre de 2025**, se inicia la formación de los y las voluntarias, con un primer mes de sesiones más intensivas dedicadas a presentar el proyecto, asignar los hogares participantes y facilitar el primer contacto entre cada persona mayor y el/la joven que la apadrinará. A partir de octubre, se propone mantener un encuentro

mensual, preferentemente en la última semana de cada mes, con el objetivo de recoger impresiones, ofrecer orientaciones y compartir materiales de apoyo. Paralelamente, también se consolida el arranque de la grabación de los videos para la campaña digital “Metí la pata. ¿Y qué?” y la publicación del primer video en las redes de Cruz Roja Segovia.

Entre **octubre y diciembre de 2025** se desarrolla el período de ejecución intensiva del plan. En este tramo, se pone en marcha el acompañamiento domiciliario del programa “Conectad@s en casa”, con visitas periódicas de los voluntarios a personas mayores previamente asignadas. Paralelamente, la campaña en redes sociales “Metí la pata. ¿Y qué?” avanza con la publicación quincenal de vídeos breves y contenidos espontáneos, protagonizados por personas mayores. También de forma quincenal se compartirán publicaciones sobre el programa Conectad@s en casa, incluyendo fotos, pequeños testimonios y otros contenidos vinculados.

Durante estos meses, también se refuerza la visibilidad del proyecto a través de publinreportajes y la participación en emisoras de radio locales. Es importante señalar que en diciembre la frecuencia de publicaciones digitales se reduce, ya que este mes suele concentrar las campañas institucionales y navideñas de Cruz Roja, lo cual puede limitar el espacio y el alcance de las acciones específicas en los canales oficiales.

Entre **enero y febrero de 2026**, se mantiene o retoma con mayor regularidad la publicación de contenidos digitales, dando continuidad a las campañas iniciadas en meses anteriores. Paralelamente, se intensifican las acciones en radio y periódicos con el objetivo de visibilizar los avances del programa y compartir las experiencias de las personas participantes. Finalmente, en febrero se realiza una evaluación cualitativa con personas voluntarias y mayores, destinada a recoger aprendizajes, identificar fortalezas y debilidades del proyecto piloto, y generar recomendaciones para su continuidad o ampliación.

CAPÍTULO 8:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

*“A mí me daba miedo tocar cualquier cosa en el móvil...
El primer móvil que tuve solo permitía
hacer llamadas y enviar mensajes.”
Participante de las entrevistas, mayo 2025*

Finalizando esta investigación, es posible destacar diversos hallazgos surgidos a lo largo de los análisis, estudios y entrevistas realizados. Por ello, resulta necesario retomar los principales desafíos y oportunidades que inciden en el uso de la tecnología por parte de las personas mayores, especialmente en zonas rurales y con altos índices de envejecimiento poblacional, como ocurre en la provincia de Segovia.

Es importante recapitular que la brecha digital no se debe únicamente a la falta de dispositivos tecnológicos de calidad; también influyen otros factores que intensifican esta desigualdad, como la baja cobertura de internet en zonas rurales (donde suele residir este colectivo), la falta de habilidades para comprender y utilizar las TIC, así como el miedo a equivocarse, la inseguridad, la escasa adecuación de las interfaces tecnológicas y la ausencia de acompañamiento que facilite el uso de la tecnología.

Estos factores limitan la apropiación digital de las personas mayores, restringiendo su acceso a derechos, a servicios esenciales (como salud, banca y trámites administrativos), a la participación activa en la ciudadanía y a una vida plena en la era digital. Se trata de un colectivo que ha vivido en un período marcado por transformaciones tecnológicas aceleradas, en el cual han sido invisibilizados dentro de los procesos de cambio.

A través de los datos cualitativos recogidos en este estudio, así como de la escucha activa a las personas mayores, el análisis de las estrategias de Cruz Roja y la evaluación de buenas prácticas desarrolladas por otras instituciones, ha sido posible transitar un camino de aprendizaje profundo y humano. A continuación, se presentan una serie de lecciones clave que pueden orientar futuras acciones y políticas públicas: diez aprendizajes fundamentales que sintetizan el recorrido realizado en este trabajo.

1. La brecha digital no es solo tecnológica, es también emocional y simbólica.

Obvio que existen dificultades técnicas relacionadas con las habilidades para utilizar la tecnología, así como la falta de dispositivos o de una conexión de internet de calidad, sin embargo, estas no son las únicas barreras. También existen

sentimientos de inseguridad, miedo a equivocarse y, en muchas ocasiones, una percepción de incapacidad para aprender a manejar las herramientas digitales. Superar la exclusión digital implica atender, además, las dimensiones afectivas del aprendizaje, demostrando que las personas mayores son capaces de aprender a su propio ritmo.

Recomendación: diseñar talleres adaptados al ritmo y al interés de las personas mayores. Además, según lo señalado por Blažič y Blažič (2020), es fundamental adoptar métodos de aprendizaje adaptados, prácticos y centrados en las necesidades reales de este grupo. La formación digital efectiva para adultos mayores debe incluir apoyo emocional, repetición, ejemplos cotidianos y un ritmo de aprendizaje más pausado.

2. El acceso a la tecnología o a internet no garantiza necesariamente su uso.

Tener un teléfono móvil con acceso a recursos avanzados, herramientas y aplicaciones, o disponer de una buena conexión a internet no es suficiente, ya que no implica saber utilizarla de forma efectiva en la vida cotidiana. Aquí nos enfrentamos a la brecha de uso, una de las más profundas y persistentes en el colectivo de personas mayores, especialmente en aquellas de más de 75 años.

Recomendación: desarrollar materiales didácticos, visuales y con explicaciones paso a paso, que puedan utilizarse como guía durante sesiones prácticas y, posteriormente, ser consultados en casa. Los contenidos se centrarán en usos básicos y esenciales de determinadas aplicaciones, como por ejemplo aprender a realizar videollamadas en WhatsApp, adaptados al nivel de competencia digital de cada grupo etario.

3. El acompañamiento familiar puede representar un apoyo o convertirse en una barrera para el uso de la tecnología.

Tal como señala la Teoría de la Difusión de Innovaciones (Rogers, 1995), el proceso de aceptación de la tecnología puede verse influenciado por terceros, siendo la familia el principal agente influenciador en muchos casos.

En las entrevistas se identificaron casos de mujeres mayores que contaron con el apoyo familiar, lo cual estimuló tanto el uso de la tecnología como el proceso de aprendizaje. El impacto en este contexto fue positivo, ya que promovió la autonomía y el interés por aprender más sobre el uso de estas herramientas digitales.

En cambio, cuando la familia adopta un rol represivo, corrigiendo con impaciencia, bloqueando el uso de aplicaciones o tomando decisiones en lugar de la persona mayor, surgen barreras emocionales más preocupantes, por ejemplo, el rechazo a la tecnología, el miedo constante a equivocarse y la disminución de la autonomía digital.

Recomendación: diseñar sesiones dirigidas a familiares y cuidadores, con el objetivo de sensibilizarlos sobre la importancia de brindar un acompañamiento saludable al adulto mayor durante su proceso de aprendizaje, promoviendo una actitud empática, libre de paternalismo o autoritarismo.

4. El aprendizaje en la edad avanzada puede generar sentimientos de incapacidad.

Para muchas personas mayores de 80 años, aprender a esta edad representa un gran reto, sienten que ya no tienen las capacidades necesarias y que la tecnología no fue pensada para ellas. Entre quienes tienen edades más avanzadas, es común escuchar frases como “ya no tengo memoria ni agilidad para aprender”. Esta percepción impacta directamente en su autoestima y en la disposición de intentarlo. Por ello, en estos casos, el estímulo y el acompañamiento deben ser considerados aún más importantes, respetuosos y adaptados a sus ritmos y necesidades.

Recomendación: impulsar proyectos de acompañamiento intergeneracional, ya sea en grupos reducidos o mediante atención individualizada a personas mayores. Estos

espacios generan beneficios significativos, como permiten adaptarse con mayor éxito al ritmo de cada persona, no solo para enseñar, sino también para escuchar, compartir saberes y reconocer de cerca los logros alcanzados en cada encuentro.

5. La motivación surge cuando hay un propósito y un interés significativo.

El interés por aprender a utilizar una nueva herramienta, aplicación móvil o dispositivo tecnológico, suele surgir cuando están vinculados a sus gustos personales o necesidades cotidianas, es decir, cuando se percibe un beneficio real. Por ejemplo, aprender a hacer videollamadas para comunicarse con hijos o nietos que viven en otro país o ciudad, utilizar redes sociales como Instagram o Facebook para enterarse de la vida de sus seres queridos, o adaptarse a la realidad actual, como tener que usar los cajeros en el banco ante la ausencia de personal que los atiende.

Recomendación: realizar entrevistas o diagnósticos de intereses de manera mensual sobre los temas que las personas desean aprender en los talleres (o tal vez temas que desean repasar). Escuchar activamente a las personas mayores durante el desarrollo del contenido, contribuye a mejorar y personalizar las clases, adaptándolas a la realidad y a los objetivos de cada participante.

6. La participación en el taller no siempre está motivada por el interés en la tecnología, sino por el deseo de socializar.

El primer paso para acudir al taller no siempre está motivado por la tecnología, sino por el deseo de salir de casa, estar acompañados, hacer amigos, conversar y mantener una rutina activa. Estos son algunos de los principales motivadores iniciales para inscribirse en los talleres, aprender a usar el móvil suele ser un motivo secundario. Por ello, resulta clave explorar esta potente motivación social para convertir los talleres en espacios atractivos que permitan alcanzar a nuevos alumnos.

Recomendación: promover los talleres como espacios de encuentro, no solo de aprendizaje, sino también como lugares donde se pueda socializar, hacer amigos y

compartir momentos de conversación. Además, sería interesante incorporar actividades de relajación, como dinámicas grupales o paseos en entornos que permitan aprender sobre tecnología más allá del aula. Por ejemplo, salir a caminar por una plaza mientras se aprende a tomar fotografías de paisajes.

7. El interés de los hombres por participar en los programas es menor en comparación con el de las mujeres.

Durante la observación en campo en las iniciativas de Cruz Roja, se evidenció que los hombres mayores suelen tener una baja participación en las actividades. Es necesario reflexionar sobre las causas de este escaso interés para diseñar estrategias específicas que atraigan la atención de este colectivo en propuestas de alfabetización digital. Si bien se observó que en esta etapa muchas mujeres son viudas, conviene evaluar si existen otros factores que influyen, con el objetivo de promover su involucramiento activo y romper con los estereotipos de género.

Recomendación: investigar las barreras que afectan a los hombres mayores e implementar acciones piloto que dialoguen con sus intereses y contextos. Por ejemplo, vincular la tecnología a sus pasatiempos, enseñando a utilizar aplicaciones relacionadas con deportes, entre otras. Además, emplear imágenes o videos protagonizados por personas mayores del público masculino en las comunicaciones, con el fin de generar identificación, interés y mayor participación en los programas.

8. El acompañamiento continuo a lo largo del proceso de aprendizaje resulta más transformador que la realización de un taller puntual.

Se ha observado, en el caso del programa relacionado con el uso de asistentes como Alexa, que las personas reciben orientación solo una vez, y posteriormente de forma esporádica por teléfono. Sin embargo, contar con un acompañamiento continuo resulta mucho más transformador para el aprendizaje tecnológico de las personas mayores que la realización de un taller aislado, el cual difícilmente genera cambios significativos. Esto se debe a que el proceso de aprendizaje suele ser más lento y requiere múltiples repeticiones para ser consolidado en la memoria. Es

fundamental promover vínculos reales e intergeneracionales, así como la presencia constante de alguien que acompañe, repita, escuche y valore las pequeñas conquistas.

Recomendación: garantizar encuentros presenciales como alternativa para aquellas personas que reciben dispositivos como Alexa en sus hogares, ofreciendo estos espacios como instancias formativas y proponiendo desafíos grupales. Por ejemplo, realizar una videollamada utilizando Alexa con los participantes del taller. Es fundamental crear estos espacios de mentoría para reforzar los aprendizajes y resolver dudas de forma acompañada.

9. La exclusión digital genera otras formas de exclusión social.

El mundo está cada vez más digitalizado, trámites que antes podían realizarse de manera presencial ahora exigen ser gestionados en línea. Estas obligaciones generan exclusión en la vejez, ya que este colectivo carece de habilidades digitales y enfrenta mayores barreras para acceder a servicios de salud o banca en línea, participar activamente en la sociedad digitalizada o ejercer su autonomía. La brecha digital incrementa la vulnerabilidad, alimenta la percepción de incapacidad y dificulta sentirse parte activa de la sociedad.

Recomendación: exigir que las administraciones públicas mantengan canales de atención presencial y accesible para las personas mayores, evitando la dependencia exclusiva de medios digitales. Asimismo, es fundamental incorporar la alfabetización digital en las políticas de envejecimiento activo, reconociéndose como un derecho básico para acceder a los planes de salud, bienestar y autonomía destinados a esta población.

10. Los testimonios de las personas mayores transforman percepciones e inspiran a otros a participar en los programas.

Es importante dar visibilidad a los logros digitales de las personas mayores, con el fin de romper estereotipos, combatir el edadismo y demostrar que el aprendizaje es posible en todas las etapas de la vida, aunque en ritmos distintos. Además, ello

constituye una excelente herramienta para inspirar a otras personas a involucrarse en proyectos con énfasis en la tecnología.

Recomendación: promover campañas de sensibilización social con personas mayores como protagonistas, compartiendo historias reales de superación digital y visibilizando sus logros y aprendizajes tecnológicos, con el propósito de combatir el edadismo y transformar la narrativa social.

Estas diez lecciones no solo resumen los hallazgos de esta investigación, sino que constituyen una guía para la acción con recomendaciones prácticas asociadas a cada una. La brecha digital en personas mayores no es una realidad inevitable, sino un reto social que puede, y debe, ser transformado con empatía y compromiso. En un mundo cada vez más digitalizado, garantizar la inclusión tecnológica de las personas mayores es una cuestión de justicia, dignidad y derechos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abad Alcalá, L. (2016). *La brecha digital generacional: alfabetización mediática y e-inclusión de las personas mayores*. Revista Prisma Social, (16), 386–411.

<https://revistaprismasocial.es/article/view/1256/1319>

AEPD. (28 de junio de 2023). *La AEPD y la PMP apuestan por una digitalización de la sociedad que garantice la protección de los derechos fundamentales de las personas mayores*. Agencia Española de Protección de Datos.

<https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/notas-de-prensa/la-aepd-y-la-pmp-apuestan-por-una-digitalizacion-de-la>

AEPD. (19 de febrero de 2024). *Digitalización sin alternativas: El riesgo de discriminar a las personas*. Agencia Española de Protección de Datos.

<https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/blog/digitalizacion-sin-alternativas-el-riesgo-de-discriminar-las-personas>

Álvarez García, H. (2025). La Directiva de Accesibilidad y su implantación en España: un estudio crítico. *Revista De Administración Pública*, (226), 479–483.

<https://recyt.fecyt.es/index.php/RAP/article/view/115749>

Antena 3. (23 de junio de 2025). *Ángela, excluida por la brecha digital: a sus 78 años no sabe utilizar internet y le cobran 3 euros por gestionarlo en ventanilla*.

https://www.antena3.com/programas/y-ahora-sonsoles/angela-excluida-brecha-digital-sus-78-anos-utilizar-internet-cobran-3-euros-gestionarlo-ventanilla_2025062368597652f68fe227a8475767.html

Arrufat Pérez de Zafra, M. A., y Alcaín Martínez, E. (2018). *La accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público: Guía jurídica y técnica para la aplicación práctica del Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre*.

Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad; Ediciones

Cinca. <http://hdl.handle.net/11181/5767>

Blažič, B. J., y Blažič, A. J. (2020). Overcoming the digital divide with a modern approach to learning digital skills for the elderly adults. *Education and Information Technologies*, 25, 259-279. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09961-9>

Bogoslov, I. A., Corman, S., y Lungu, A. E. (2024). *Perspectives on Artificial Intelligence Adoption for European Union Elderly in the Context of Digital Skills Development*. *Sustainability*, 16(11), 4579. <https://doi.org/10.3390/su16114579>

Cabero Almenara, J., Cebrián de la Serna, M., Duarte Hueros, A. M., Martínez Sánchez, F., Aguaded Gómez, J. I., Barroso Osuna, J. M., Fernández Batanero, J. M. & Morales Lozano, J. A. (2000). *Nuevas tecnologías en la formación flexible y a distancia*. Sevilla: Kronos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=543101>

Carrasco Campos, Á. (2025). *Dimensiones y niveles de las brechas digitales*. Ponencia marco en el V Foro Social del Grupo de Enlace del Consejo Económico y Social de Castilla y León (24 de febrero). Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15725206>

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2024). *Estudio cuantitativo sobre Inseguridad en la red: tecnologías de la comunicación e Internet* (Estudio nº 3443). España. <https://www.cis.es/detalle-ficha-estudio?origen=estudio&idEstudio=14785>

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2025). *Estudio cuantitativo sobre edadismo: Distribuciones marginales* (Estudio nº 3493). España. <https://www.cis.es/detalle-ficha-estudio?origen=estudio&idEstudio=14871>

Charness, N., y Boot, W. R. (2016). Technology, gaming, and social networking. In *Handbook of the psychology of aging* (pp. 389-407). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-411469-2.00020-0>

Cinco Días. (4 de junio de 2025). *La cobertura 5G alcanzó al 96% de la población española y al 80% en zonas rurales en 2024*. <https://cincodias.elpais.com/economia/2025-06-04/la-cobertura-5g-alcanzo-al-96-de-la-poblacion-espanola-y-al-80-en-zonas-rurales-en-2024.html>

Colom, C. (2020). *Las brechas digitales que deben preocuparnos y ocuparnos*. *Ekonomiaz*, (98), 350-353. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7694323>

Consejo de la Unión Europea. (12 de octubre de 2020). *Conclusiones sobre los derechos humanos, la participación y el bienestar de las personas mayores en la era de la digitalización* [Archivo PDF]. (Documento 11717/2/20 REV 2).

<https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11717-2020-REV-2/es/pdf>

Cruz Vermelha Portuguesa. (29 de mayo de 2022). *Agente de Inclusão Digital – Toma já o teu lugar* [Comunicado en línea]. Cruz Vermelha Portuguesa.

<https://www.cruzvermelha.pt/not%C3%ADcias-braga/item/7880-agente-de-inclus%C3%A3o-digital-%E2%80%93-toma-j%C3%A1-o-teu-lugar.html>

Cyber-Seniors. (26 de noviembre de 2019). *Cyber-Seniors – Trailer* [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=e_RU79Mgd9M

De Marco, S. (2022). *El comercio electrónico en España (2019): Un ejemplo de tercera brecha digital*. *Revista Internacional de Sociología*, 80(2), e206.

<https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.2.20.98>

Diario Oficial de las Comunidades Europeas. (2001). *Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea* [Archivo PDF]. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_es.pdf

DiMaggio, P., y Hargittai, E. (2001). From the 'digital divide' to 'digital inequality': Studying Internet use as penetration increases. *Princeton University Center for Arts and Cultural Policy Studies*.

El Adelantado. (12 de abril de 2024). *El programa CYL Digital alcanza los 3.500 usuarios en Segovia con 25 centros asociados en el medio rural*.

<https://eladelantado.com/segovia/el-programa-cyl-digital-alcanza-los-3-500-usuarios-en-segovia-con-25-centros-asociados-en-el-medio-rural/>

El Día de Segovia. (9 de abril de 2024a). *Cruz Roja atendió a 3.547 personas en el programa de mayores.*

<https://www.eldiasegovia.es/noticia/z99ed0f62-9f2b-bb01-24d364d1d2cb89ae/202409/cruz-roja-atendio-a-3547-personas-en-el-programa-de-mayores>

El Día de Segovia. (19 de marzo de 2024b). *Cruz Roja valora el compromiso de sus socios en Segovia.*

<https://www.eldiasegovia.es/noticia/z4045cc76-e1f2-6c3f-df397f0c91e3ad95/202503/cruz-roja-valor-a-el-compromiso-de-sus-socios-en-segovia>

El Español. (19 de febrero de 2025). *El envejecimiento se dispara en Castilla y León: 223 mayores de 64 años por cada 100 menores de 16.*

https://www.elespanol.com/castilla-y-leon/region/20250219/envejecimiento-dispara-castilla-leon-mayores-anos-menores/925407689_0.html

El Mirón de Soria. (19 de febrero de 2025). *El envejecimiento se dispara en Castilla y León y alcanza nuevo récord.* El Mirón de Soria.

<https://elmirondesoria.es/cyl/castilla-y-leon/el-envejecimiento-se-dispara-en-castilla-y-leon-y-alcanza-nuevo-record>

Europa Press. (9 de marzo de 2023). *Carlos San Juan, de 'Soy mayor, no idiota': "Los mayores vulnerables han de quedar en una burbuja analógica, como están".*

<https://www.europapress.es/epsocial/derechos-humanos/noticia-carlos-san-juan-soy-mayor-no-idiota-mayores-vulnerables-quedar-burbuja-analogica-estan-20230309193008.html>

Europa Press. (12 de junio de 2024a). *La cobertura 5G en España alcanza el 92% tras subir casi 19 puntos porcentuales en las zonas rurales.*

<https://www.europapress.es/economia/noticia-cobertura-5g-espana-alcanza-92-subir-casi-19-puntos-porcentuales-zonas-rurales-20240612171857.html>

Europa Press. (8 de octubre de 2024b). *Los mayores de 65 años del medio rural podrán solicitar el Bono Digital de banda ancha de 240 euros desde el día 15.*

<https://www.europapress.es/castilla-y-leon/noticia-mayores-65-anos-medio-rural-podran-solicitar-bono-digital-banda-ancha-240-euros-dia-15-20241008095218.html>

European Commission. (2021). *Europe's Digital Decade: digital targets for 2030.*

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en

European Union Agency for Fundamental Rights (FRA). (2023). *Fundamental rights of older people: Ensuring access to public services in digital societies* [Informe].

Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2811/205995>

Eurostat. (14 de febrero de 2025). *Population structure and ageing*. Statistics Explained. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing

Faverio, M. (13 de enero de 2022). *Share of those 65 and older who are tech users has grown in the past decade*. Pew Research Center.

<https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/01/13/share-of-those-65-and-older-who-are-tech-users-has-grown-in-the-past-decade/>

Fernández, J. I. (19 de febrero de 2025). *El envejecimiento se dispara en Castilla y León: 223 mayores de 64 años por cada 100 menores de 16*. El Español.

https://www.elespanol.com/castilla-y-leon/region/20250219/envejecimiento-dispara-castilla-leon-mayores-anos-menores/925407689_0.html

Fernández Rodríguez, E. [Consejo Económico y Social de Castilla y León] (24 de febrero de 2025). *Foro Social Grupo de Enlace CES: Brecha digital en colectivos vulnerables* [Archivo de Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=DvG-fZv3s6o>

Friemel, T. N. (2016). The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors. *New Media & Society*, 18(2), 313–331.

<https://doi.org/10.1177/1461444814538648>

Fundación Cruz Roja Española. (s.f.). *Quiénes somos*. Cruz Roja Española.

<https://www2.cruzroja.es/web/fundacion-cruz-roja-espanola/quienes-somos>

Fundación Pilares para la Autonomía Personal. (29 de noviembre de 2022a).

¡Plántale cara a la brecha digital! [Archivo de Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=9xyDJq-th00>

Fundación Pilares para la Autonomía Personal. (1 de diciembre de 2022b). *Soñar mi propia vida* [Archivo de Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=-9SuQxg8vHI>

Gobierno de España. (2021). *Agenda España Digital 2026: Plan de digitalización para una transformación digital inclusiva*. <https://www.agendadigital.gob.es>

HelpAge International. (2024). *Annual report and financial statements 2023/24*.

HelpAge International.

<https://www.helpage.org/wp-content/uploads/2024/10/HelpAge-Annual-Report-2023-24.pdf>

Helsper, E. J. (2012). A corresponding fields model for the links between social and digital exclusion. *Communication Theory*, 22(4), 403–426.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01416.x>

Hoffman, D. L., Novak, T. P., y Schlosser, A. E. (2001). The digital divide.

Communications of the ACM, 44(3), 33–39. <https://doi.org/10.1145/365181.365197>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (29 de noviembre de 2022). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares 2022*. Instituto Nacional de Estadística. https://www.ine.es/prensa/tich_2022.pdf

Instituto Nacional de Estadística (INE). (8 de mayo de 2025). *Estadística Continua de Población (ECP): 1 de abril de 2025. Datos provisionales* [Nota de prensa]. INE. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/ECP1T25.htm>

Itaú. (25 de julio de 2016). #ConselhosDeVó con Lilia y Neuza [Publicación Vídeo]. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=1072301472819517>

Junta de Castilla y León. (2024). *Población por provincias y municipios de Castilla y León a 1 de enero de 2024*. Conoce Castilla y León. <https://conocecastillayleon.jcyl.es/web/es/geografia-poblacion/poblacion.html>

Junta de Castilla y León. (2025). *Estrategia de cuidados de larga duración y fomento del envejecimiento activo y saludable en Castilla y León (2025–2027)*. Boletín Oficial de Castilla y León, BOCYL-D-17022025-18. <https://serviciosociales.jcyl.es/web/jcyl/ServiciosSociales/es/Plantilla100Detalle/1246991411473/Programa/1285497678302/Comunicacion>

Katiyar, S. P. (2023). Global Ageing and Lifelong Learning. In *The Palgrave Handbook of Global Social Change* (pp. 1-29). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-87624-1_363-1

Knapova, L., Klocek, A., y Elavsky, S. (2020). *The role of psychological factors in older adults' readiness to use eHealth technology: Cross-sectional questionnaire study*. Journal of medical Internet research, 22(5), 1-12. <https://doi.org/10.2196/14670>

Lam, K., Lu, A. D., Shi, Y., y Covinsky, K. E. (2020). *Assessing telemedicine unreadiness among older adults in the United States during the COVID-19 pandemic*. JAMA internal medicine, 180(10), 1389-1391. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2020.2671>

Levante-EMV. (23 de junio de 2022). *Soy Mayor No Idiota: El valenciano Carlos San Juan gana el Premio Ciudadano Europeo*.

<https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2022/06/23/soy-mayor-no-idiota-valenciano-carlos-san-juan-67582792.html>

López de Coca, T., Moreno, L., Alacreu, M., y Sebastian-Morello, M. (2022). Bridging the generational digital divide in the healthcare environment. *Journal of Personalized Medicine*, 12(1214). <https://doi.org/10.3390/jpm12081214>

López, A. T. (2023). *Brecha digital versus inclusión: ¿Una digitalización ética centrada en los derechos de las personas mayores?*. *Revista Derechos Humanos y Educación*, 2(8), 97-126.

<https://revistaderechoshumanosyeducacion.es/index.php/DHED/article/view/140/95>

Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. (29 de abril de 2021). *El Gobierno publica una consulta pública para identificar las áreas en las que se requieren ayudas para la extensión de banda ancha* [Nota de prensa]. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

https://portal.mineco.gob.es/gl-es/comunicacion/Paxinas/210430_np_banda.aspx

Morales Romo, N. (2016). *El reto de la brecha digital y las personas mayores en el medio rural español: el caso de Castilla y León*. Fonseca, *Journal of Communication*, 13, 165–185. <https://doi.org/10.14201/fjc201613165185>

Mubarak, F., y Suomi, R. (2022). *Elderly forgotten? Digital exclusion in the information age and the rising grey digital divide*. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 59, 1–7.

<https://doi.org/10.1177/00469580221096272>

Murciano Hueso, A., Martín García, A. V., y Torrijos-Fincias, P. (2022). Revisión sistemática de la aceptación de la tecnología digital en personas mayores: Perspectiva de los modelos TAM. *Revista Española de Geriátría y Gerontología*, 57(2), 105-117. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2022.01.004>

Nora, S., y Minc, A. (1978). *L'informatisation de la société* (Vol. 11). Paris: La Documentation Française. <http://pinguet.free.fr/minc78.pdf>

Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge University Press.

Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI). (2022). *Brecha digital de género 2022* [Archivo PDF]. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2022-04/brecha_digital_genero_2022.pdf

Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI). (2023). *El uso de tecnologías en personas mayores. Edición 2023 – Datos 2022* [Archivo PDF]. Red.es; Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial; Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. <https://doi.org/10.30923/SDTCN>

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (1991). *Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad*. Resolución 46/91. <https://www.un.org/es/global-issues/ageing>

Organización Panamericana de la Salud (OPS). (2024). *Informe de progreso sobre la Década del Envejecimiento Saludable de las Naciones Unidas, 2021-2023*. Institutional Repository for Information Sharing (IRIS). <https://doi.org/10.37774/9789275728703>

Parlamento Europeo y Consejo. (2016). *Directiva (UE) 2016/2102 relativa a la accesibilidad de los sitios web y aplicaciones móviles de los organismos del sector público*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32016L2102>

Parlamento Europeo y Consejo. (2019). *Directiva (UE) 2019/882 sobre los requisitos de accesibilidad de los productos y servicios*.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0882>

Plaza Osorio, A. (2024). Brecha digital en España: análisis de las iniciativas estatales, autonómicas y locales para reducirla. *RiITE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*, (17), 26–45.

<https://doi.org/10.6018/riite.608541>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (s. f.). *¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?* <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>

Pucer, P., Žvanut, B., y Vrhovec, S. (2025). Adoption of smartphones among older adults and the role of perceived threat of cyberattacks. *International Journal of Information Security*, 24(3), 101.

<https://doi.org/10.48550/arXiv.2409.01771>

Quinde, B., Mosquera, M., y Vázquez, A. (2020). Brecha digital en adultos mayores: accesibilidad tecnológica y redes sociales. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(180), 744-757. <https://gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/220>

Robinson, L., Cotten, S. R., Ono, H., Quan-Haase, A., Mesch, G., Chen, W., Schulz, J., Hale, T. M., y Stern, M. J. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information, Communication & Society*, 18(5), 569–582.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1012532>

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4.^a ed.). Free Press.

Rosales, A., y Fernández-Ardèvol, M. (2019). *Perspectives on Human-Computer Interaction Research with Older People* (1^a ed.). Springer International Publishing.

<https://doi.org/10.1007/978-3-030-06076-3>

Sánchez Galán, F. J. y Carrasco Campos, Á. (2022). La brecha digital en los hogares españoles. Factores sociodemográficos en el acceso a las TIC en tiempos de la pandemia de la Covid-19. *Revista Sistema*, 263, 29–48.

https://www.researchgate.net/publication/358282222_La_brecha_digital_en_los_hogares_espanoles_factores_sociodemograficos_en_el_acceso_a_las_TIC_en_tiempos_de_pandemia_de_la_COVID-19

Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales. (2025). *Informe cobertura banda ancha en España 2024: Situación a 30 de junio de 2024* [Informe técnico]. Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública.

https://avance.digital.gob.es/banda-ancha/cobertura/Documents/Informe_Cobertura_BA_2024.pdf

Seifert, A. (2021). The digital exclusion of older adults during the COVID-19 pandemic. *Journal of Gerontological Social Work*, 64(6), 598–601.

Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media & Society*, 6(3), 341–362.

<https://doi.org/10.1177/1461444804042519>

Singapore Red Cross Society. (2022). *New campaign: Lend a Hand for Humanity*. Singapore Red Cross.

<https://redcross.sg/news-and-stories/12-stories/1148-new-campaign-lend-a-hand-for-humanity.html>

Unión Europea. (2023). *Declaración europea sobre los derechos y principios digitales para la Década Digital*. Diario Oficial de la Unión Europea, C 23, 1–9.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=OJ:C:2023:023:TOC>

Van Deursen, A. J., y Van Dijk, J. A. (2019). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New media & society*, 21(2), 354-375.

Van Dijk, J. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. SAGE Publications.

Yang, L. (2024). *The Digital Divide: Examining the Associations Between Mobile Health Services Use, Health Literacy, Self-Efficacy, and Social Adaptation Among Older Adults in China*. *Studies in health technology and informatics*, 318, 188-189.
<https://doi.org/10.3233/SHTI240921>

ANEXOS

Anexo 1: Guión de entrevistas telefónicas a personas mayores usuarias de Alexa

Explicación de la llamada:

- Te digo, estoy llamando para saber cómo le está yendo con su Alexa. Si está logrando utilizarla...
- Queremos conocer su experiencia y saber si le está resultando útil.

Preguntas sobre el uso de Alexa:

1. ¿Ha utilizado Alexa recientemente?
2. ¿Para qué tareas o actividades la usa con más frecuencia?
3. ¿Cree que le ha facilitado algunas actividades diarias?
4. ¿Ha encontrado alguna dificultad al usarla?
5. ¿Le gustaría hacer una prueba conmigo ahora mismo para aclarar cualquier duda que pueda tener?

Asesoramiento y pruebas:

- Si la persona está interesada en hacer pruebas:
 - Podemos intentar juntos algunas funciones, como preguntar el clima, poner música o establecer un recordatorio.
 - Si tiene dudas específicas, estaré encantado/a de ayudarle.

Anexo 2: Guión de entrevistas individuales a profesional de Cruz Roja Segovia

1. Perfil del entrevistado

- ¿Cuál es su cargo actual en Cruz Roja?
- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando con programas dirigidos a personas mayores?
- ¿Qué tipo de actividades o proyectos acompaña directamente en su día a día?
- ¿Cómo llegó a trabajar con temas relacionados a personas mayores?
- ¿Ha recibido formación específica sobre inclusión digital o tecnologías adaptadas a personas mayores?

2. Experiencia con personas mayores y tecnología

- ¿Cuáles diría que son las principales barreras que encuentran las personas mayores cuando quieren usar tecnologías? (Por ejemplo, dificultad en el manejo, miedo, falta de confianza, problemas de acceso, etc.)
- Una vez identificadas esas barreras, ¿cree que hay perfiles de personas mayores que tienen más resistencia a usar tecnologías?
- ¿Y qué perfiles tienen más facilidad?
- Desde lo que ve en su día a día, ¿cómo viven las personas mayores el tema de la tecnología?
- ¿Qué factores cree que influyen para que adopten o no adopten la tecnología en su día a día?
- ¿Qué situaciones suelen encontrar cuando necesitan usar tecnologías en su vida diaria? (Por ejemplo, usar el móvil, hacer trámites, comunicarse con familiares...)
- ¿Ha visto casos en los que la tecnología haya facilitado mucho su vida? ¿Y casos en los que haya sido un obstáculo?
- ¿Cómo cree que esta relación con la tecnología afecta su bienestar, sus emociones o sus relaciones sociales?

3. Acciones y programas de Cruz Roja y percepción profesional

- ¿Qué resultados positivos destacaría de las acciones de Cruz Roja para acompañar a las personas mayores en temas de tecnología?
- ¿Qué retos o dificultades suelen encontrar al llevar a cabo estos programas?
- ¿Cómo ve el papel de los familiares, voluntarios o jóvenes cuando ayudan a las personas mayores con la tecnología?
- ¿Cree que sería interesante que Cruz Roja impulsara un programa donde jóvenes voluntarios de Cruz Roja Juventud sean tutores digitales de personas mayores, acompañándoles en tareas cotidianas, por ejemplo, en sus casas, ayudándoles con el móvil, aplicaciones o otras cuestiones tecnológicas?

4. Percepciones sobre estrategias, comunicación y accesibilidad

- En su experiencia personal, ¿las tecnologías actuales (aplicaciones, redes sociales, servicios en línea) están pensadas para las personas mayores?
- ¿Qué cosas cree que hacen más difícil que las personas mayores puedan usar estas tecnologías?
- ¿Qué piensa sobre el diseño adaptado? (Por ejemplo, menús sencillos, letras grandes, lenguaje claro) ¿Ayuda realmente a que se animen a usar estas herramientas?
- Desde su punto de vista, ¿cree que campañas más cercanas o historias que muestren a personas mayores como protagonistas pueden cambiar la forma en que ven la tecnología?
- ¿Qué cree que falta hoy, en general, para que las personas mayores puedan estar más conectadas y seguras usando la tecnología?

5. Cierre

- Para finalizar, ¿qué mensaje le gustaría dejar sobre la importancia de invertir en la inclusión digital de las personas mayores?

Anexo 3: Transcripciones de entrevistas individuales a profesionales de Cruz Roja Segovia

Por tratarse de archivos de gran tamaño, tanto los audios originales como las transcripciones completas de las entrevistas individuales a profesionales de Cruz Roja Segovia han sido almacenados en la carpeta compartida (a continuación), accesible únicamente con autorización previa. Esta medida busca garantizar la integridad de los datos, facilitar su gestión y respetar los principios de confidencialidad acordados con las personas entrevistadas.

Carpeta entrevistada 1 (E1):  Entrevistada 1 (E1)

Carpeta entrevistada 2 (E2):  Entrevistada 2 (E2)

Carpeta entrevistada 3 (E3):  Entrevistada 3 (E3)

Anexo 4: Guión de entrevistas grupales con personas mayores

1. Móvil

Hoy en día, ¿para qué usan el móvil? (Por ejemplo, llamar, mandar mensajes, ver fotos...)

¿Les resulta fácil o difícil utilizarlo?

¿Ustedes sienten que hoy es necesario tener un móvil, o preferirían vivir sin él? ¿Por qué?

¿Qué cosas les gustaría aprender a hacer con el móvil que todavía no saben?

2. WhatsApp

¿Usan WhatsApp? ¿Para qué?

¿Les resulta fácil mandar mensajes, fotos o hacer videollamadas?

¿Alguna vez tuvieron algún problema o se quedaron sin saber cómo hacerlo?

3. Bancos y dinero

¿Han intentado alguna vez hacer trámites del banco desde el móvil o el cajero?

¿Cómo fue? ¿Les resultó fácil o difícil? ¿Se sintieron inseguros?

¿Qué hicieron cuando no supieron cómo hacerlo?

4. Salud y citas médicas

¿Alguna vez necesitaron sacar una cita médica desde el móvil?

¿Pudieron hacerlo solos o tuvieron que pedir ayuda?

¿Qué sintieron en ese momento?

5. Redes sociales y videos

¿Conocen o usan Facebook, YouTube, Instagram?

¿Qué les parece? ¿Les gusta, les aburre, les parece complicado?

En caso de que las usen, ¿las usan solo para mirar cosas o también para subir ustedes fotos, comentarios o videos?

6. Situaciones reales de dificultad

¿Recuerdan alguna vez que no pudieron hacer algo importante por no saber usar la tecnología?

Por ejemplo: no poder hablar con un familiar, no sacar un billete de tren, autobús, no hacer un pago...

¿Cómo se sintieron? ¿Qué hicieron?

7. Quién les ayuda y cómo les gusta aprender

Cuando tienen dudas con el móvil o el ordenador, ¿a quién suelen pedir ayuda?

¿Les gustaría que hubiera más gente que les explicara con calma, en casa, paso a paso?

Si pudieran tener una persona que les enseñe, ¿qué les gustaría aprender primero?

¿Les parece importante aprender estas cosas? ¿Por qué?

8. Motivaciones reales para aprender o usar tecnología

¿Les gusta usar la tecnología, o solo la usan porque no les queda otra?

Por ejemplo, ¿aprenden a usar el móvil porque es más fácil para hablar con su familia?

¿Qué es lo que más les anima o motiva a aprender cosas nuevas de tecnología?

Pregunta final:

¿Qué mensaje le darían a los jóvenes o a las empresas que crean tecnologías sobre cómo deberían pensar en las personas mayores?

¿Qué les dirían a otros mayores que tienen miedo o no quieren aprender?

Anexo 5: Transcripciones de entrevistas grupales con personas mayores

Por tratarse de archivos de gran tamaño, tanto los audios originales como las transcripciones completas de las entrevistas grupales con personas mayores han sido almacenados en la carpeta compartida (a continuación), accesible únicamente con autorización previa. Esta medida busca garantizar la integridad de los datos, facilitar su gestión y respetar los principios de confidencialidad acordados con las personas entrevistadas.

Entrevista Grupo 01: [📁 Grupo 01](#)

Entrevista Grupo 02: [📁 Grupo 02](#)

Anexo 6: Episodio piloto de la campaña audiovisual “Metí la pata. ¿Y qué?”

El vídeo fue grabado⁴ con la participación voluntaria de una persona mayor durante la fase de observación del taller de móvil en Cruz Roja Segovia. Este episodio piloto se utilizará en la propuesta de acción 2, enfocada en visibilizar experiencias reales de personas mayores con el uso de la tecnología desde una perspectiva positiva, divertida y empoderadora.

Vídeo Episodio Piloto: [📁 Vídeo Metí la Pata](#)

⁴ El vídeo ha sido grabado con fines académicos, con el consentimiento informado de la persona participante, y no está destinado a difusión pública sin autorización.