

Las competencias de las personas mayores en TIC's

Isidro Marín Gutiérrez

José Ignacio Aguaded Gómez

Ramón Tirado Morueta

Ángel Hernando Gómez

Universidad de Huelva

Resumen

El artículo nos va a ir explicando cuál fue el proceso de creación y validación, a través de varias pruebas piloto, de un cuestionario que se va a utilizar para evaluar las competencias mediáticas de personas mayores de 60 años, cuál es su conocimiento de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Hemos partido de una importante revisión de toda la literatura sobre competencia mediática y sobre el manejo de las personas mayores en cuanto a Internet, de la propuesta de Ferrés y Aguaded (2011) sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España, así como también de otros instrumentos semejantes utilizados en otros países de la Unión Europea.

Propusimos la utilización de un test que trata de medir el nivel de competencia mediática de la ciudadanía de más de 60 años que participan en experiencias formativas universitarias (en Huelva y La Rioja). Durante el método de validación aplicamos el cuestionario primigenio a una muestra de 17 personas con 60 años o más, entre las cuales seis tienen estudios primarios, otros seis poseen estudios medios, y cinco estudios universitarios. Como resultado del estudio se propuso un test, que en su aplicación a muestras mayores continuará en proceso de validación, en el que disminuye el número de ítems tratándose de adecuar a la realidad del colectivo indicado de personas mayores.

Se volvió a aplicar el nuevo cuestionario a 22 personas con más de 60 años, entre las cuales tres no tenían estudios, trece tenían estudios primarios, cinco estudios primarios y uno estudios universitarios. Como resultado se obtuvo un cuestionario válido y ajustado a las normas de límites de tiempo del proceso de encuestación. Este último cuestionario será el que se aplique al universo objeto de estudio, las personas mayores y su nivel de competencia en TIC.

Palabras Clave

Competencia mediática, evaluación de la competencia, educación universitaria de mayores, tercera edad, comunicación, nuevas tecnologías.

Introducción

Hoy en día se habla mucho en los medios de comunicación y en la calle de la llamada “brecha digital”. Su significado hace referencia a la diferenciación socioeconómica entre aquellos grupos sociales que tienen acceso a Internet y aquellos grupos que no lo tienen por cuestiones diversas. Estas desigualdades también se reseñan en las desigualdades sobre las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC); por ejemplo en el manejo de los ordenadores, teléfonos móviles de última generación, los mp3, navegación por GPS u otros dispositivos digitales. Esta brecha digital está basada en diferencias previas a este acceso a las nuevas tecnologías. Este término es clave para nuestra investigación ya que nos va a indicar las diferencias entre distintos grupos sociales según sea su capacidad para utilizar las TIC de forma correcta. Existirán una serie de factores que nos darán esta diferenciación, como puede ser los niveles de alfabetización, carencias de dispositivos o problemas de accesibilidad a la tecnología. Asociado a este término pero de forma inversa nos encontramos la expresión “inclusión digital”.

Con la brecha digital se establece una separación entre países y personas que carecen de los conocimientos técnicos y de las herramientas para este desarrollo de la sociedad de la información. Como apuntaba Manuel Castells (2001), «una vez que toda la información está en la Red, una vez que el conocimiento está en la Red, el conocimiento codificado, pero no el conocimiento que se necesita para lo que se quiere hacer, de lo que se trata es de saber dónde está la información, cómo buscarla, cómo procesarla, cómo transformarla en conocimiento específico para lo que se quiere hacer. Esa capacidad de aprender a aprender, esa capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende, esa capacidad es socialmente desigual y está ligada al origen social, al origen familiar, al nivel cultural y al nivel educativo» (Castells, 2001).

La nueva sociedad de la información y de la comunicación necesita nuevas formas de alfabetización digital de toda la ciudadanía. La utilización y el acceso a la firma digital, acceso a chats, a foros digitales, los correos electrónicos, etc... son elementos de suma importancia para el desarrollo de competencias ciudadanas (Gros y Contreras, 2006).

Las competencias audiovisuales están poco estudiadas desde un ámbito académico. Si bien en los medios de comunicación existen constantes alusiones son escasos los artículos y libros que estudian hasta qué punto ciertos grupos sociales se encuentran en esta inclusión digital. Ciertamente podríamos descubrir que la brecha digital además de estar relacionada con diferencias socioeconómicas también lo está con la edad, especialmente en grupos de edad más alejadas de las generaciones digitales como son las personas mayores de 55 años. Tampoco se han analizado cómo puede afectar a las personas mayores esta brecha social en su cotidianidad del día a día.

El propósito de esta investigación es llegar a poder evaluar sobre competencias mediáticas a las personas mayores para que en futuras investigaciones podamos analizar su nivel de competencias y se puedan elaborar medidas encaminadas a solventar los problemas en este grupo social concreto.

Concepto de alfabetización mediática

La alfabetización mediática se definiría como la capacidad de consultar, comprender, apreciar con sentido crítico y crear contenido en los medios de comunicación. Esto es necesario para que se desarrolle una ciudadanía plena y activa. En donde cada persona tenga posibilidades de voz y de voto en decisiones que le atañen. Ofrece a las personas la posibilidad de desarrollarse según sus gustos, formación o ideología sin limitaciones espacio-temporales en la inmensidad de medios de comunicación ligados a la tecnología digital (televisión, cine, Internet, telefonía móvil, radio...).

El término «alfabetización mediática» se ha designado para sugerir una pose de crítica en la evaluación de las noticias que obtenemos de los medios de comunicación de masas. Este concepto da importancia a la recuperación y gestión de la información. Paul Gilster (1997) lo define como «la capacidad para comprender y utilizar las fuentes de información cuando se presentan a través del ordenador». Gilster especifica que «la alfabetización digital tiene que ver con el dominio de las ideas, no de las teclas». Es el conocimiento y la comprensión de lo que ves en la pantalla del ordenador, o del teléfono móvil cuando utilizas un medio en red. Necesitas tener unos conocimientos de lenguaje audiovisual que han estado presentes anteriormente tanto en radio como televisión. Gilster afirma: “No sólo debes adquirir la habilidad de encontrar las cosas, sino que además tienes que adquirir la habilidad para utilizar estas cosas en tu vida...”. La persona gracias a esta alfabetización mediática y gracias a Internet va a poder acceder a gran cantidad de información que va a tener que filtrarla según sus intereses pero además va a poder comunicarse, crear y difundir sus propios conocimientos. Gilster ve la alfabetización digital como la forma moderna el concepto puro de alfabetización que incluía tanto la lectura como la escritura.

Enfoques para una alfabetización mediática

En los últimos diez años, se han estado desarrollando trabajos que describían y conceptualizaban las habilidades que deberían tener los usuarios que estaban conectados en entornos digitales (Cothey, 2002; Hargittai, 2002a, 2002b; Wang et al, 2000; Zins, 2000).

Pero estos estudios suelen ser muy localizados, centrados en unas competencias muy determinadas y se encuentran limitados en la búsqueda de información (Marchionini, 1989; Zins, 2000), por lo que no se desarrolla en estudios globales de alfabetización mediática.

Eshet-Alkalai (2004, 2005) ha diseñado un nuevo marco conceptual para la alfabetización digital que intenta ser una propuesta práctica. Esta propuesta se compone de cinco tipos de habilidades de alfabetización, que comprende los tipos más importantes de competencias que las personas utilizan al trabajar eficazmente en entornos digitales: a) la alfabetización foto-visual, b) alfabetización de la reproducción, c) la alfabetización informacional, d) la alfabetización hipermedia, y e) la alfabetización socio-emocional.

Medidas de impulso para la evaluación de la competencia mediática

Podemos observar que está habiendo un consenso internacional en cuanto a la necesidad de evaluar las competencias mediáticas y conseguir procesos de alfabetización mediática. Organismos internacionales tales como la Comisión Europea, el Consejo de Europa o la ONU están apoyando un desarrollo mundial, coherente y sostenible en educación mediática.

Se han diseñado instrumentos que están consensuados, como por ejemplo el «kit de Educación en Medios» y el «Currículo de formación del educador en medios y alfabetización comunicativa» de la UNESCO, la Carta Europea para la Alfabetización Mediática y el apoyo de la Alianza de las Civilizaciones en la Educación en Medios, mediante congresos y publicaciones. La Declaración de Grunwald (1982), la Proclamación de Alejandría acerca de la Alfabetización Informacional y el Aprendizaje de por Vida (2005), así como la Agenda de París para la Educación en Medios (2007) nos indican líneas estratégicas y futuras investigaciones sobre este tema.

España no es ajena a estos cambios mundiales, durante los últimos años se han producido cambios. Juan Ferrés (2006) junto a un equipo de expertos elaboraron un documento titulado «Competencias en comunicación audiovisual», con una sistemática aproximación al concepto y las dimensiones de “competencia comunicativa”, definida como la «capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales, y para expresar con una mínima corrección en el ámbito comunicativo. Esta competencia está relacionada con el conocimiento de los medios de comunicación y con el uso básico de las tecnologías multimedia necesarias para producirla».

El contexto del estudio: los programas universitarios de personas mayores

Desde la década de los años 60 del siglo pasado en los Estados Unidos y posteriormente en la década de los años 70 del siglo pasado en contexto europeo se han ido desarrollando programas para personas mayores (Orte, 2006). Estas políticas y programas orientados a la población mayor no llegan a España hasta la década de los años 90 del siglo pasado en donde se crearon programas universitarios para mayores. Uno de estos proyectos es el de la Universidad de Alicante, llamado Proyecto AEPUMA (2007), en donde se ofrecen cursos para personas mayores de 50 años. Los contenidos de cada universidad son diferentes pero dichos planes de estudios tienen una validez académica oficial pero sin eficacia profesional puesto que no son títulos oficiales (Lorenzo, 2008),

Los beneficios que tienen estas personas mayores son, según Arnay (2006), la consecución de más recursos cognitivos, sociales y afectivos para el desarrollo personal, afrontar nuevos retos, tener una actitud reflexiva y crítica de la sociedad en donde se encuentran. Estas personas mayores solicitan estos cursos, que les puedan ofrecer una formación profunda y amplia, que les entusiasme y les motive, y también para que reivindiquen su status vital.

Estos programas universitarios para personas mayores suponen un reto para las universidades españolas ya que este colectivo va a aportar más beneficios. Es necesario que se les garantice una buena formación científica pero también de tipo social, además tienen que desarrollar distintas competencias y habilidades individuales. Para tal fin, las propuestas y prácticas de cada curriculum de estas personas deben tener en cuenta la contextualización, sus necesidades, demandas y posibilidades de mejorar este colectivo (Ricoy, 2004).

Esta nueva sociedad del conocimiento obliga a las universidades, según Gázquez y Pérez (2006), a acercar a las personas mayores a las tecnologías de la información y de la comunicación. Varias investigaciones apuntan a las ventajas de su utilización en la educación de personas mayores (Barrio, Barrio y Quintanilla, 2007; Cano y Expósito, 2006; De arriba, 2008). Pero no se trata de formarlos en el manejo de las herramientas sino en las utilidades para su vida diaria, como pedir una cita médica, realizar gestiones bancarias, localizar a un antiguo familiar o llamar a un amigo. En otras palabras, es necesario formarlos en competencias mediáticas.

La cuestión es que las personas mayores tengan la oportunidad de interpretar y analizar desde su criterio las imágenes y los mensajes audiovisuales que les permitan expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo (Ferrés, 2006). Las personas mayores han de ser capaces de realizar un análisis crítico de los productos audiovisuales que ven y oyen. Que sean capaces de interactuar con ellos de forma eficaz (Ferrés, 2007).

Objetivos

El objetivo de esta comunicación es el proceso de pilotaje de un instrumento para la evaluación de las competencias mediáticas en personas mayores de 55 años que participan en los cursos de para personas mayores de la Universidad. Esta investigación está enmarcada en el estudio financiado en la Convocatoria I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación con clave: EDU2010-21395-C03-03. Y para ello se toma como punto de referencia el documento-base mencionado en el que se van a recoger las siguientes dimensiones (Ferrés y Agueda, 2011):

- **Estética:** Esta dimensión va a evaluar la capacidad de analizar y valorar los diferentes mensajes audiovisuales que tienen los encuestados, desde el punto de vista de la innovación formal, la temática y las relaciones que establecen con otras formas de manifestación mediática y artística.

- **Lenguaje:** El lenguaje comprende el conocimiento de los códigos que consiguen el lenguaje audiovisual así como también la capacidad de utilizarlos para comunicarse. También se refiere a la capacidad de análisis de los mensajes audiovisuales desde la perspectiva de la significación, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros (Ferrés, 2006)

- **Ideología y valores:** Permite la capacidad de lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales que son portadoras de ideologías y valores. También se refiere al análisis crítico de los citados mensajes (Ferrés, 2006).

- **Recepción y audiencia:** Aquí se analizan los conocimientos de los encuestados sobre el proceso de recepción de los mensajes audiovisuales. Sobre sus conocimientos sobre cómo se miden las audiencias.

- **Tecnología:** Esta dimensión hace referencia a los conocimientos de los encuestados sobre el manejo de las herramientas tecnológicas sencillas que se encuentran en la comunicación audiovisual.

- **Producción y programación:** En esta última dimensión se evalúa el grado de conocimiento sobre las rutinas productivas y sobre la organización y funcionamiento de las unidades emisoras de mensajes audiovisuales.

Metodología

Prueba piloto

Se elaboró el cuestionario inicial revisando los objetivos de la investigación y con las Recomendaciones de la Comisión Europea del 20 de agosto del 2009 “sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente”. Posteriormente se comenzó a revisar otras investigaciones que estuvieran basadas en la construcción de instrumentos de medida de la competencia mediática en la ciudadanía.

Tras la revisión de otras encuestas se realizó una matriz en donde se asociaban una serie de indicadores en cada una de las competencias que comprendía el listado de referencia sobre la base de seis dimensiones que vamos a analizar: lenguaje, tecnología, recepción-interacción, producción, ideología y valores y, finalmente, estética.

Se revisaron otros instrumentos que tuvieran los mismos objetivos que el nuestro y se desarrolló la triangulación de juicios en cuanto a la asignación de ítems e indicadores, sobre cada una de nuestras competencias.

Se creó el primer cuestionario provisional que fue sometido a una prueba piloto sobre una muestra de personas mayores de 60 años en el entorno de la Universidad de La Rioja. Sobre la base de este primer cuestionario se creó un segundo cuestionario sobre una muestra de personas mayores de 58 años en el Aula de Mayores de la Universidad de Huelva. Tras esta última comprobación el cuestionario está listo para poder aplicarse a una muestra representativa para analizar las competencias mediáticas de las personas mayores. A continuación se muestra el análisis breve de los resultados de la prueba piloto que sirvió de referencias para la construcción del instrumento final que será aplicado en esta investigación. Los resultados en profundidad de la primera prueba piloto se publicaron en la revista

Icono14 (Año 10- Volumen 3) en el número de octubre del 2012.

Sujetos y primeros resultados

En la primera prueba piloto realizado en la muestra de La Rioja con personas mayores de 60 años se seleccionó una muestra atendiendo a las siguientes variables: género, nivel de estudios finalizados con los siguientes resultados:

- a) En cuanto al género, la muestra de La Rioja tiene 10 mujeres y 7 hombres.
- b) En cuanto al nivel de estudios la muestra está formada por: 6 cuestionarios realizados por encuestados con estudios primarios, 6 cuestionarios realizados por encuestados con estudios secundarios y 5 cuestionarios realizados por encuestados con estudios universitarios.
- c) Todos los entrevistados están jubilados y los ingresos oscilan ente 600 euros y 2.400 euros.
- d) Todos los participantes conviven en sus hogares con familiares.
- e) Ninguno de los encuestados con estudios primarios han recibido formación en comunicación audiovisual.
- f) Entre los entrevistados con estudios secundarios algunos dicen haber asistido a talleres, conferencias o cursos y formación especializada.
- g) En cuanto se refiere a los encuestados con estudios universitarios, tres de ellos responden haber asistido a talleres, conferencias o cursos y formación especializada y el resto confiesa no haber recibido formación en comunicación audiovisual.

En la segunda prueba piloto realizado en la muestra de Huelva con personas mayores de 58 años se seleccionó una muestra atendiendo a las siguientes variables: género, nivel de estudios finalizados con los siguientes resultados:

- a) En cuanto al género, la muestra de Huelva tiene 15 mujeres y 6 hombres.
- b) En cuanto al nivel de estudios la muestra está formada por: 3 cuestionarios realizados por encuestados sin estudios, 13 cuestionarios realizados por encuestados con estudios primarios, 5 cuestionarios realizados por encuestado con estudios secundarios y 1 cuestionarios realizados por entrevistados con estudios universitarios.
- c) En cuanto a su situación profesional 14 están jubilados, 3 son empresarios, 2 trabajan en empresas privadas y 2 son empleados públicos. Se eliminó la pregunta sobre el nivel de ingresos.

d) En la muestra de Huelva 6 personas viven solas, 10 viven solo con su pareja y 6 viven con más de dos personas.

e) Ninguno de los encuestados sin estudios han recibido formación en comunicación audiovisual. Y de los que tienen estudios primarios 5 no han recibido formación y 8 sí han recibido alguna formación audiovisual.

g) En cuanto se refiere a los encuestados con estudios universitarios, el único de ellos responde haber asistido a talleres, conferencias o cursos y formación especializada.

Conclusiones

Como resultado de los dos estudios pilotos presentados se construyó finalmente una versión definitiva para el estudio tomando en cuenta las siguientes consideraciones generales:

1. El nivel de alfabetización mediática de los mayores es considerablemente bajo si se tienen en cuenta el listado de competencias de partida. Principalmente en la muestra de Huelva.

2. No obstante, ello debe interpretarse en el contexto de una concepción crítica de la competencia. En otras palabras, el listado de competencias propuesto responde a un enfoque ingenuo, por lo que sería conveniente realizar estudios que permitan identificar referentes atendiendo a las identidades de los colectivos a evaluar.

3. En consecuencia, existen competencias, que debido al escaso o nulo nivel de respuesta sobre el indicador, se han suprimido de la versión definitiva. Principalmente el bajo nivel de respuesta se ha dado en la muestra de La Rioja, ya que, si comprobamos el número de preguntas en la Tabla 1, el cuestionario de La Rioja contaba con 36 preguntas sobre competencias. Cuya duración era aproximadamente de una hora. Mientras que el cuestionario de Huelva tenía 22 preguntas. Y tenía una duración de media hora.

4. En consecuencia, el número de ítems sobre las dimensiones se disminuye de 36 a 22, tratando de esta forma que su cumplimentación sea más fácil y rápida, atendiendo a las sugerencias de las personas que lo cumplimentaron, tanto en La Rioja como en Huelva. La sensación de cansancio, y más en este tipo de personas, puede tener efectos que desvíen la fiabilidad de las respuestas.

5. Se ha tratado de evitar en el segundo borrador de cuestionario los ítems de doble entrada (matrices) para facilitar la respuesta.

6. El número de ítems, tras el segundo recorte en el cuestionario de Huelva ha dejado de ser numeroso y responde a las exigencias de la investigación que trata de averiguar el nivel de competencia mediática atendiendo a las seis dimensiones presentadas en la Tabla 1.

Tabla 1 - Número de preguntas por dimensiones en cada uno de los cuestionarios

	Cuestionario pasado en La Rioja	Cuestionario pasado en Huelva
Nº de ítems de la dimensión Lenguaje	7	3
Nº de ítems de la dimensión Tecnología	4	3
Nº de ítems de la dimensión Producción	9	3
Nº de ítems de la dimensión Recepción/Interacción	4	4
Nº de ítems de la dimensión Ideología/Valores	7	4
Nº de ítems de la dimensión Estética	5	5
Total de ítems por dimensiones	36	22

Fuente: elaboración propia

Bibliografía

AEPUMA (2007), *Los programas universitarios para mayores en España: Análisis y evaluación de las enseñanzas universitarias para mayores en España y Europa*. Alicante: Universidad de Alicante. En la Red: <http://www.imsersomayores.csic.es/documentos/documentos/bru-programas-01.pdf>

ARNAY, J. (2006), "Las necesidades socieducativas de las personas mayores en la sociedad actual". En Corte, C. (coord.), *El aprendizaje a lo largo de toda la vida. Los programas universitarios de mayores*. (135-173). Madrid, Editorial Dykinson.

BARRIO, J.L.; BARRIO, M.L. Y QUINTANILLA, M. (2007), "Tecnología y educación de adultos. Cambio metodológico en las matemáticas", en *Revista Complutense de Educación*, 18 (1), pp. 113-132.

CANO, P. Y EXPÓSITO, R. (2006). "Una propuesta para el uso de nuevas tecnologías como herramientas docentes en los programas universitarios para personas mayores, en PALMERO, M.C. (coord.). *Formación universitaria de personas mayores y promoción de la autonomía personal. Políticas socioeducativas, metodológicas e innovaciones*. (pp. 315-323). Burgos, Universidad de Burgos.

CASTELLS, M. (2001), *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid, Plaza y Janés.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2006), *Comunicación de la Comisión*

Europea: La nueva generación de programas comunitarios de educación y formación después de 2006.

COTHEY, V. (2002), "A longitudinal study of world wide web users' information-searching behavior" en *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53 (2), pp. 67-78.

DE ARRIBA, J.A. (2008). "Aprendiendo a resolver casos reales mediante la utilización de herramientas informáticas de aprendizaje y colaboración. Estudio experimental en un contexto de formación universitario", en *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 5 (2).

ESHET-ALKALAI, Y. (2004), "Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era". *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13 (1): pp. 93-106.

ESHET-ALKALAI, Y. Y AMICHAJ - HAMBURGER (2004), "Experiments with digital literacy", en *Cyber Psychology*, 7 (4): pp. 425-434.

FERRÉS, J. (2006), "La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores", en *Quaderns del CAC*, 25.

FERRÉS, J. (2007). "La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores", en *Comunicar*, 29, pp. 100-107.

FERRÉS, J. Y AGUADED, J.I. (2011), *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia en la ciudadanía en España*. ITE. Ministerio de Educación y Ciencia

GÁZQUEZ, J.J. Y PÉREZ, M.C. (2006), "El reto de la disponibilidad, formación y uso de las nuevas tecnologías en los mayores universitarios", en Palmero, M.C. (coord.). *Formación universitaria de personas mayores y promoción de la autonomía personal. Políticas socioeducativas, metodológicas e innovaciones*. (pp. 325-331). Burgos, Universidad de Burgos.

GILSTER, P. (1997), *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Publishing.

GROS, B. Y CONTRERAS, D. (2006), "La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas", en *Revista Iberoamericana de Educación*, 42, pp. 103-125.

HARGITTAI (2002a), "Beyond logs and surveys: Indepth measures of people's web use skills", en *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53 (14), pp. 1239-1244.

HARGITTAI, E. (2002b), *Second-level digital divide: Differences in people's online*

skills. *First Monday*, 7 (4), http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/index.html

LORENZO, J.A. (2008), "Propuesta de regularización del acceso a las enseñanzas universitarias oficiales para mayores de 50 años desde los programas universitarios para personas mayores", en PALMERO, M.C. (coord.). *Formación universitaria de personas mayores y promoción de la autonomía personal. Políticas socioeducativas, metodológicas e innovaciones*. (151-164). Burgos, Universidad de Burgos.

MARCHIONINI, G. (1989), "Information-seeking strategies of novices using a full-text electronic encyclopedia", en *Journal of the American Society for Information Science*, 40 (1), pp. 54-66.

ORTE, C. (COORD.) (2006), *El aprendizaje a lo largo de toda la vida. Los programas universitarios de mayores*. Madrid, Editorial Dykinson.

RICOY, M.C. (2004). "Claves para identificar el perfil del alumnado de la educación básica de adultos", en *Enseñanza*, 22, pp. 283-300.

WANG, P., HAWK, W. B. Y TENOPIR, C. (2000). "Users' interactions with World Wide Web resources: An exploratory study using a holistic approach/Information", en *Processing and Management*, 36, (2), pp. 229-251.

ZINS, C. (2000). "Success, a structured search strategy rationale, principles and implications", en *Journal of the American Society for Information Science*, 51 (13), pp. 1232-1247.