

## Modelo de co-construcción intergeneracional de cápsulas comunicacionales en base a comidas tradicionales

### Intergenerational Co-construction Model of Communication Capsules Based on Traditional Foods

Claudia Troncoso-Pantoja<sup>1</sup>

[0000-0002-8433-5750](tel:0000-0002-8433-5750)

Juan Pablo Amaya-Placencia<sup>1</sup>

[0000-0001-5939-7127](tel:0000-0001-5939-7127)

Carolina Monsalve-Reyes<sup>1</sup>

[0000-0002-1940-3980](tel:0000-0002-1940-3980)

Marco Antonio Espíldora-Hidalgo<sup>2</sup>

[0000-0003-3287-029X](tel:0000-0003-3287-029X)

<sup>1</sup>Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción, Chile.

<sup>5</sup>Sociedad de Geriatria y Gerontología de Chile, Santiago, Chile.

Autor para la correspondencia: [ctroncosop@ucsc.cl](mailto:ctroncosop@ucsc.cl)

#### RESUMEN

**Introducción:** La valoración de las comidas tradicionales resulta esencial para mantener el patrimonio gastronómico, sin embargo, su divulgación es limitada, por lo que se requiere de estrategias comunicacionales que promuevan la difusión de las culturas inmateriales.

**Objetivo:** Elaborar un modelo de co-construcción de cápsulas comunicacionales intergeneracionales para difundir preparaciones culinarias significativas de personas mayores.

**Material y métodos:** El estudio se enmarca en la investigación aplicada del tipo tecnológico. Se realizó una búsqueda teórica de aspectos relevantes en el uso de cápsulas comunicacionales (videos), así como el uso de TICs en personas mayores, siguiendo los lineamientos del diseño cualitativo a través de un análisis de contenido temático. Luego se construye un modelo, que es validado por profesionales del área gerontológica, para ser aplicado en un proyecto piloto que incluyó a una diada constituida por una persona mayor y un descendiente, los que guiaron y grabaron una entrevista en profundidad focalizada.

**Resultados:** Se co-construyeron 6 videos con preparaciones culinarias tradicionales en el que participaron 5 mujeres y 1 hombre, de las Regiones del Biobío y Metropolitana. Se siguió modelo teórico que incorporó 7 pasos para su elaboración: identificación de diada intergeneracional, capacitación, realización del video, primera edición del video, presentación del video a la diada, edición final y difusión del video en redes sociales.

**Conclusiones:** Como estrategia para un envejecimiento saludable, la realización de un video intergeneracional con una receta preferida se visualiza como una oportunidad para entrelazar cultura, patrimonio y emociones entre los participantes y la comunidad.

**Palabras clave:** persona mayor; comidas; recursos audiovisuales; envejecimiento saludable.



## ABSTRACT

**Introduction:** The appreciation of traditional foods is essential in the maintenance of gastronomic heritage; however, its dissemination is limited, which is why communication strategies are required to promote the dissemination of intangible cultures.

**Objective:** To develop a model for the co-construction of intergenerational communication capsules that allow the dissemination of significant culinary preparations for the elderly.

**Material and methods:** The study is part of an applied technological research. In order to consolidate knowledge and use it for educational purposes, a theoretical search of relevant aspects in the use of communication capsules (videos) was carried out, following the guidelines of qualitative design through thematic content analysis. Then, a model is constructed and validated by professionals from the gerontological area to be applied to a pilot project that included a dyad made up of an elderly person and a descendant, who guided and recorded an in-depth focused interview.

**Results:** A total of 6 videos about traditional culinary preparations made by 5 women and 1 man from the Biobío and Metropolitana Regions were co-constructed. A theoretical model that incorporated 7 steps for its elaboration was followed: identification of intergenerational dyad, training, making of the video, first edition of the video, presentation of the video to the dyad, final edition, and dissemination of the video on social networks.

**Conclusions:** As a strategy for healthy aging, making an intergenerational video with a favorite recipe is seen as an opportunity to intertwine culture, heritage and emotions between participants and the community.

**Keywords:** elderly person; foods; audiovisual resources; healthy aging.

**Recibido:** 02/04/2023

**Aprobado:** 22/09/2023

## Introducción

El crecimiento poblacional y la extensión en la esperanza de vida de personas mayores a nivel global presenta diferencias demográficas, en las que destacan desigualdades de género y socioculturales, lo que ha facultado y direccionado la forma en que se vive y se convive en los hogares, familias, comunidades y territorios.<sup>(1), (2)</sup>

La alimentación construida desde los ambientes alimentarios domésticos se reconoce como compleja, debido a las particularidades socioculturales individuales y colectivas de los patrones alimentarios en los hogares, pero que, sin embargo, es permeable a personas mayores, quienes valoran de manera positiva el significado que conlleva el comer una preparación culinaria tradicional “hecha en casa”.<sup>(3) (4)</sup>

En distintas trayectorias vitales, el consumo de preparaciones culinarias elaboradas con productos ultraprocesados se ha incrementado, aunque el uso de ingredientes locales, con



representación étnica y social, vinculada a la comida, la comensalidad y al acto de comer en sí, sigue siendo valorado de manera individual y por la comunidad.<sup>(5), (6)</sup>

Mantener esta cultura gastronómica presenta una construcción social con una marcada identidad de género femenino, mujeres mayores que practican, transmiten y reciben estos saberes alimentarios, aunque se reconoce una brecha de género en su práctica y transmisión intergeneracional que potencia su valoración y significados.<sup>(7), (8)</sup>

La estimación de las comidas autóctonas o tradicionales es esencial para el mantenimiento del patrimonio gastronómico, aunque su difusión es limitada, por lo que se sugiere su transmisión a través de recetarios u otras estrategias comunicacionales que permitan la divulgación de las culturas inmateriales.<sup>(9)</sup> Lo último mencionado es la base para realizar este proyecto, que tiene como objetivo elaborar un modelo de co-construcción de cápsulas comunicacionales intergeneracionales que permitan difundir preparaciones culinarias significativas de personas mayores.

### Material y Método

El estudio se enmarca en la investigación aplicada del tipo tecnológico. Para consolidar el conocimiento y aplicarlo a la vida real con fines educativos, la construcción del modelo comunicacional comienza con una búsqueda teórica de aspectos esenciales que deben responder al uso de cápsulas comunicacionales a través del traspaso intergeneracional de las comidas tradicionales. En esta etapa se utiliza como estrategia metodológica un diseño cualitativo a través de un análisis de contenido temático propuesto por Díaz-Herrera y que considera un listado inicial de contenidos para ser sistematizado, la configuración y creación de árbol de categorías y la validación de categorías para obtener una dimensión o etiqueta temática central.<sup>(10)</sup> Los asuntos incluidos en la búsqueda inicial (se centraron en el traspaso intergeneracional de saberes y culturas, así como el uso de TICs en personas mayores (PM), específicamente de videos tal como se presenta en la Tabla 1.

**Tabla 1-** Base teórica para el levantamiento de modelo de cápsula comunicacional intergeneracional.

Autor/es	Relevancia teórica
Orte et al. (2021)	El vínculo intergeneracional entretiene intercambio, cooperación e interacción en personas de distintas trayectorias vitales. <sup>(11)</sup>
Ibarra et al. (2022)	El traspaso de conocimientos de personas mayores es significativo para sus descendientes. <sup>(12)</sup>
Domènech-Abella et al. (2022)	Se presenta un mayor bienestar en el área de la salud en personas mayores que participan en actividades intergeneracionales. <sup>(13)</sup>
Ruiz et al. (2016)	Hay una disminución de las prácticas y transmisión intergeneracional de las culturas locales. <sup>(14)</sup>
Valdemoros et al. (2022)	El uso intergeneracional de las tecnologías es esencial para el logro de una comunicación significativa. <sup>(15)</sup>
Chen et al. (2016)	Las TICs reducen, en algunas PM el aislamiento social, reconociéndose como relevantes para la mantención de relaciones interpersonales. <sup>(16)</sup>
Nouwen et al. (2022) Harley et al. (2009)	El uso de videos favorece el contacto entre generaciones, el aprendizaje recíproco y la co-creación de contenidos. <sup>(17), (18)</sup>



Luego de recopilada y analizada la información, se propone un listado de secuencias que permiten construir un modelo para el desarrollo de este proyecto, información que es validada por profesionales del área de la nutrición, ciencias sociales y comunicación, todos con formación en gerontología.

La aplicación de este modelo se realiza a través de un piloto, que responde al proyecto de extensión FAE 1-2021, patrocinado por la Universidad Católica de La Santísima Concepción, denominado “Co-construcción de cápsulas comunicacionales en base a comidas tradicionales y su traspaso intergeneracional en personas mayores”. El proyecto incorporó el traspaso intergeneracional con familiares directos de las PM participantes, esto es, se consideraron para la elaboración de las cápsulas comunicacionales o videos, a niñas, niños, adolescentes o adultos consanguíneos, quienes guiaron la conversación o entrevista con la PM, lo que permitió rescatar y traspasar una preparación culinaria tradicional favorita y significativa elegida por la persona mayor.

El público objetivo de la etapa piloto fueron PM de edad mayor o igual a 60 años de comunas del Gran Concepción y de la Región Metropolitana, Chile, sin considerar nivel escolar, características socioeconómicas o lugar de origen. Esto último, debido a que la alimentación y en especial, el significado o la valoración emocional que se le entrega a una comida casera traspasa la formación educacional, económica o social de una PM, ya que está asociada a los afectos y emociones que evocan una preparación culinaria.<sup>(19)</sup> El familiar grabó y envió al equipo ejecutor el video, el que fue editado por periodista colaborador en el proyecto y validado por la diáda intergeneracional para ser finalmente presentado en redes sociales de la Sociedad de Geriatria y Gerontología de Chile, estando por tanto disponible para el público en general, en especial, familiares y amigos de los participantes.

Finalmente, y como cierre de esta actividad, se realizó un conversatorio virtual dirigido por médicos geriatras y por parte del equipo ejecutor, en donde una de las diádas participantes dio a conocer al público en general, su experiencia en la realización del video.

Para la ejecución de la prueba piloto y la aplicación de consentimientos y asentimiento informado, se contó con la autorización del Comité de Ética, Bioética y Bioseguridad de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, registro 28/2021.



## Resultados

Participaron 6 personas mayores (83.3% mujeres). De los familiares que realizaron la entrevista y grabación del video, 5 (83,3%) fueron nietas y 1 hija (16,7%).

Como resultante del proyecto y a modo de prueba piloto, se completaron seis cápsulas en formato de video de tiempos que varían entre 1.1 a 5.56 minutos y en el que se aprecia a la dupla intergeneracional dialogando, preparando, o una conversación en que solo se visualiza a la persona mayor. Las temáticas abarcan las recetas “Mar y tierra”, “Cazuela de pollo campestre”, “Sopa de concones”, “Zapallo con miel al horno”, “Porotos con mote” y “Hervido de porotos”. Todos estos videos se encuentran en las redes sociales (YouTube, Facebook e Instagram) de la Sociedad de Geriatria y Gerontología de Chile, entidad patrocinadora del proyecto.

### Modelo de co-construcción intergeneracional de cápsulas comunicacionales en base a comidas tradicionales

La figura 1, presenta el modelo de co-construcción intergeneracional de cápsulas comunicacionales en base a comidas tradicionales y que fue la metodología usada para la co-construcción de estas cápsulas comunicacionales. Este se estructura en 7 pasos que permiten la ejecución de videos de comidas tradicionales y significativas para PM. El modelo, para su elaboración, consideró los aspectos teóricos presentados en la tabla 1.

Las etapas o pasos del modelo consideran los siguientes aspectos:

#### Paso 1: Identificación de diada intergeneracional

Corresponde a la etapa en el que se reconoce a una persona mayor (PM) que cumpla con los requisitos de selección y firme el respectivo consentimiento informado. Este contacto con la PM parte desde un familiar consanguíneo mayor de edad, a quien se le explican los propósitos del proyecto y se le invita a ser parte de la diada intergeneracional o el invitar a otro familiar consanguíneo de la PM.

#### Paso 2: *Capacitación a la diada*

Posterior a la firma del consentimiento o asentimiento informado, según corresponda, se realiza una reunión con la diada intergeneracional, en donde se da a conocer la metodología de trabajo y se responde a posibles inquietudes que surjan desde los participantes.

#### Paso 3: *Realización de video*

Una vez capacitados y en la locación que la diada intergeneracional seleccionara, se graba video en donde la PM relata algún plato tradicional o significativo, incluyendo la forma en que se prepara y los afectos y emociones que conlleva esa preparación culinaria.

#### Paso 4: *Primera edición del video*

Una vez grabado el relato de la PM, se envía el video al equipo ejecutor para realizar la primera edición, que limitaba a una temporalidad máxima de 6 minutos.

#### Paso 5: *Presentación de video a diada intergeneracional*

El video era nuevamente enviado a la diada intergeneracional, para que dieran su visto bueno frente a posibles ediciones de aspectos significativos en especial, para la PM.



**Paso 6: Edición final de video**

Una vez aceptado el borrador de video por parte de la diada intergeneracional, se realiza la edición final, acogiendo posibles sugerencias de la diada intergeneracional.

**Paso 7: Difusión de video.**

**Fig.1-** Modelo utilizado para la co construcción de cápsulas generacionales.

## MODELO DE CO-CONSTRUCCIÓN DE CÁPSULAS COMUNICACIONES INTERGENERACIONALES



Fuente: elaboración propia.

Una vez editado el video, la cápsula comunicacional es presentada en medios de difusión social.

### Aplicación del modelo de cápsulas comunicacionales

Como formato de la diada intergeneracional en los videos, se presenta la elaboración de la receta culinaria entre la PM y su familiar o también, el familiar a modo de entrevista le pregunta a la PM sobre la receta.

Para finalizar esta actividad, se realizó un conversatorio virtual, en el que se invitó a una de las diadas intergeneracionales, quienes dieron a conocer su experiencia al desarrollar el video, en especial con la PM, quien valora, por una parte, el ser parte de la construcción de este video, pero también, la repercusión positiva que conlleva la difusión de la cápsula en las redes sociales, esto último por el reconocimiento que familiares y personas cercanas realizaron de su receta.



## Discusión

El desarrollo de cápsulas educacionales en base a comidas tradicionales, construidas desde los saberes y el traspaso de personas mayores y la recepción de un familiar consanguíneo, se presenta como una estrategia que permite el bienestar a la diada que participa directamente en esta actividad, ya que genera un espacio de relato y expresión socioemocional frente a una receta o plato preferido para la persona mayor, pero también, para quien recibe esta receta a través de la comunicación audiovisual, ya que es una oportunidad de reconocer los saberes de su familiar o de una persona mayor, lo que conlleva el compartir los significados que se le atribuyen a un plato preferido y también, el potenciar la cultura alimentaria local. a través de esta transferencia gastronómica.

El formato utilizado para dar a conocer los resultados de este proyecto, esto es, los videos disponibles en redes sociales en donde se dan a conocer las recetas se adaptan a las actuales estrategias para comunicar algunos aspectos direccionados a los cuidados en salud en una sociedad hiperconectada.<sup>(20), (21)</sup> Se reconoce que videos en la plataforma YouTube aportan a la autoformación y tienden a romper estereotipos negativos de personas mayores, aunque con los cuidados y precauciones que deben surgir de la calidad y credibilidad de sus contenidos. <sup>(22), (23)</sup>

No se identifica en PM diferencias de género o intensidad para el uso de redes sociales e internet,<sup>(24)</sup> aunque se presentarían algunas barreras, como entre otras, la falta de confianza, costos, o la desigualdad al compararse con generaciones más nóveles.<sup>(25)</sup> De las personas mayores que utilizan internet y miran videos por la aplicación YouTube, se establecería un mejor bienestar psicológico, pues potencia habilidades cognitivas y de integración social, aunque también se reconoce cierta inhibición por parte de las PM en el uso de las tecnologías, información que debe considerarse relevante al momento de planificar acciones destinadas a la promoción en salud.<sup>(26), (27)</sup>

En la experiencia de este proyecto, se reseña la dificultad propia de hablar para la cámara, aunque esto es solo momentáneo, ya que la conversación y grabación con su familiar, no denota esta inseguridad clásica o barrera psicológica resultante de lo desconocido, la falta de experiencia o de conocimientos previos en el uso de esta tecnología.<sup>(28)</sup> También, se menciona una sensación positiva de sentirse una celebridad (“soy famosa”), ya que amigos y familiares les contactan al ver sus videos en redes sociales, lo que genera una sensación de bienestar en las personas participantes de esta actividad.

Otro aspecto relevante en esta investigación aplicada fue la construcción de un modelo comunicacional intergeneracional, de carácter replicable para diversas actividades que permitan implementar o mantener estilos de vida saludable. La experiencia permite identificar beneficios para la diada intergeneracional, pero también para los familiares, conocidos y comunidad en general, ya que pueden reconocer alimentos o una preparación culinaria con valor simbólico para la persona mayor, pero también, se abre como una oportunidad de registrar evidencia gastronómica que permitirá ser parte de la historia patrimonial inmaterial local.

Se debe reconocer que, para el logro favorable y significativo en el bienestar de personas en distintas trayectorias vitales, la construcción comunicacional debe ser horizontal, además de



compartida desde los saberes y experiencia del emisor. <sup>(29)</sup> <sup>(30)</sup> El traspaso intergeneracional de una receta culinaria a través de una cápsula comunicacional es un aporte a la reducción de la brecha digital y comunicacional, además de disminuir estereotipos entre generaciones, permitiendo ser parte de un punto de encuentro de intereses y gustos que pueden ser recopilados y por lo mismo, parte de la cultura gastronómica local. <sup>(31)</sup> <sup>(32)</sup>

Como limitante del proyecto, la grabación de un video en sí presenta una dificultad, ya que dependía de equipos propios de los participantes, generalmente el familiar directo, por lo que aspectos técnicos como audio, foco, movimientos de cámara o tomas se presentan de manera distinta entre los videos, lo cual, sin embargo, también puede ser analizado como una oportunidad, ya que, a pesar de las dificultades técnicas mencionadas, de igual forma se puede confeccionar este tipo de material audiovisual y, a la vez, acceder a su divulgación a través de plataformas de libre acceso. Otro obstáculo lo constituiría el costo económico en la edición de videos, implicando la necesidad de disponer de fondos para el desarrollo de un proyecto con estas características, en caso de requerir videos de alta calidad tecnológica. Por el contrario, y como una de las principales fortalezas, se logra reconocer una conexión emocional (storytelling), ya que cada cápsula comunicacional cuenta y traspasa una historia a los receptoras del alimento o preparación culinaria tradicional, logrando de esta manera, humanizar el mensaje.

## Conclusiones

La construcción de un modelo que permita la elaboración de cápsulas comunicacionales co-construidas de manera intergeneracional de preparaciones culinarias significativas, faculta la difusión del patrimonio gastronómico de nuestras culturas, además de potenciar el vínculo entre generaciones y propiciar una sensación de bienestar por parte de la persona mayor y su familiar, quienes se perciben valorados por otros familiares o cercanos al ser reconocidos/as en este video.

Las tecnologías no son lejanas a personas mayores, por lo que la comunicación en salud utilizando distintos medios, es una oportunidad lúdica de acercar saberes, tradiciones y culturas en una actividad intergeneracional que incida en un envejecimiento saludable, situación que, por lo general, no ocurre en la educación destinada al autocuidado en personas mayores.

## Agradecimientos

El equipo ejecutor agradece el financiamiento otorgado por el proyecto FAE 1-2021, dependiente de la Dirección de Extensión Cultural y Universitaria. Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción, Chile.

**Aspectos éticos:** Estudio aprobado por el Comité de Ética, Bioética y Bioseguridad de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, registro 28/2021.





## Referencias

1. Albala C. The aging of the Chilean population and the challenges for health and well being of older people. *Rev Med Clin Condes* [Internet]. 2020;31(1):7-12. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.rmclc.2019.12.001>
2. Thumala D, Arnold M, Arenas A, Pizzi M, Hodgson N, Gajardo J, et al. Aging: A transdisciplinary approach. *Rev Med Clin Condes*. 2020; 31(1): 13-20.
3. Troncoso C, Zarebski G, Monsalve C. La complejidad de los ambientes alimentarios domésticos durante el curso de la vida de personas mayores. *An Fac Cienc Méd*. 2022; 55(1): 75–82.
4. Gómez MJ, Martín-Doimeadios L, Cervantes L, Moreno V. Comparative study of the fast food consumption in elder people living rural areas versus urban areas. *Nutr clín diet hosp*. 2018; 38(4):27-32.
5. Romo-Avilés M, Rosales-Chávez J, Ortiz-Hernández L. Food, energy, and nutrient supply in Mexican households from 1984 to 2018. *Nutr Hosp* [Internet]. 2022;39(1):118-127. Disponible en: <http://doi.org/10.20960/nh.03686>
6. Fibri DLN, Frøst M. Consumer perception of original and modernised traditional foods of Indonesia. *Appetite* [Internet]. 2019;133:61-69. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.appet.2018.10.026>
7. Martínez-Molina L, Solis-Espallargas C. The transmission of Traditional knowledge with a gender perspective for its inclusion into environmental Education. *Rev Humanid* [Internet]. 2020; 40: 133-58.
8. Inga C, Avilés C, Garrido A. Ancestral food knowledge and development of gastronomic tourism in the canton of Cañar. *Pol Con* [Internet]. 2021;6(9):1679-91. Disponible en: <http://doi.org/10.23857/pc.v6i9.3133>
9. Estupiñán L, Panchano N, Márquez J, Segura A. Knowledge and Flavors: Characterization of traditional gastronomy in Afro-Ecuadorian communities of northern Esmeraldas. *Rev Cient Interdiscip*. 2021; 11(2): 94-111.
10. Díaz-Herrera C. Qualitative research and thematic content analysis. Intellectual orientation of *Universum journal*. *Rev gen inf doc*. 2018; 28(1):119-42.
11. Orte C, Vives M, Quesada V. Evaluation of Change in the Participants of the Primary Education Intergenerational Programme “Sharing Childhood”. *Rev iberoam eval Educ* [Internet]. 2021;14(2):5-19. Disponible en: <http://doi.org/10.15366/riee2021>
12. Ibarra JT, Caviedes J, Barreau A, Pessa N, Valenzuela J, Navarro-Manquelef S, et al. Listening to elders: transdisciplinarity, birds and people to cultivate biocultural memory. *Rev latinoam cienc soc niñez juv* [Internet]. 2022;20(3):1-22. Disponible en: <http://doi.org/10.11600/rlcsnj.20.2.4861>
13. Domènech-Abella J, Díaz-Cofine S, Rubio-Valera M, Aznar-Lou I. Pre-post evaluation of an intergenerational program to improve wellbeing in older adults and age stereotypes in primary and secondary students: CRESCO project. *Rev Esp Geriatr Gerontol* [Internet]. 2022; 57(3):161-7. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.regg.2022.04.005>
14. Ruiz O, Knabe-Álvarez Y, Orellana L, Denegri-Coria M, Schnettler-Morales B, Sepúlveda-Maldonado J, et al. Socialization and intergenerational transmisión of food consumption patterns:



their impact on cultural food-related identity in urban women mapuche from Chile. *Ra Ximhai*. 2016;12(4):57-70.

15. Valdemoros MA, Sáenz de Jubera M, Alonso RA, Ponce de León A. Research to innovate. Digitized service-learning actions in an intergenerational key. *Prism Soc*. 2022; (37): 290–314.

16. Chen YR, Schulz PJ. The Effect of Information Communication Technology Interventions on Reducing Social Isolation in the Elderly: A Systematic Review. *J Med Internet Res [Internet]*. 2016;18(1): e18. Disponible en: <http://doi.org/10.2196/jmir.4596>

17. Nouwen M, Duflos M. Displaying intergenerational solidarity on TikTok during the COVID-19 pandemic: understanding the implications in the grandparent-grandchild relationship. *J Fam Stud [Internet]*. 2023;29(3):1134-53. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/13229400.2022.2032275>

18. Harley D, Fitzpatrick G. YouTube and intergenerational communication: the case of Geriatric1927. *Univ Access Inf Soc [Internet]*. 2009; 8:5-20. Disponible en: <http://doi.org/10.1007/s10209-008-0127-y>

19. Troncoso-Pantoja C, Alarcón-Riveros M, Amaya-Placencia A. Emotional significance of the feeding process in the elderly. *Rev Fac Med*. 2019; 67(1): 51-5.

20. Díaz RM, Girón MS. Uso de redes sociales en comunicación sanitaria. *Form méd contin aten Prim [Internet]*. 2022;29(3):18-27. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.fmc.2022.03.003>

21. Herrera-Peco I. Health Communication and social media: We need more nurses. *Rev Cient Soc Esp Enferm Neurol [Internet]*. 2021;53:1-4. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.sedene.2021.03.001>

22. Lee CS, Osop H, Goh D, Keln G. Making sense of comments on YouTube educational videos: a self-directed learning perspective. *Online Information Review [Internet]*. 2017;41(5):611-25. Disponible en: <http://doi.org/10.1108/OIR-09-2016-0274>

23. Oró-Piquera M, Marques S. Images of old age in YouTube: destabilizing stereotypes. *Continuum Journal of Media Cultural Studies [Internet]*. 2016;31(2):1-9. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/10304312.2016.1265098>

24. Ramírez-Correa P, Painén-Aravena G, Alfaro-Pérez J, Melo A, Machorro-Ramos F. Hedonic motivations for social networking sites use by elderly: an exploratory study in Chile. *RISTI*. 2019; 17: 563-70.

25. Vaportzis E, Giatsi Clausen M, Gow AJ. Older Adults Perceptions of Technology and Barriers to Interacting with Tablet Computers: A Focus Group Study. *Front Psychol [Internet]*. 2017; 8:1687. Disponible en: <http://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01687>

26. Román-Graván P, Pérez-Hurtado M, Tadeu P. Active aging and internet use to improve the quality of life of the seniors / Pixel-Bit. *Rev Medios Educ [Internet]*. 2021;60:109-34. Disponible en: <http://doi.org/10.12795/pixelbit.76963>

27. An S, Lee J. Older Adults' Health Promotion via Mobile Application: The effect of Self-efficacy and Social Stigma. *KSJCS [Internet]*. 2019;63(2):113-42. Disponible en: <http://doi.org/10.20879/KJCS.2019.63.2.004>

28. Canals B. Pandemia, persona mayores y SENAMA [Internet]. Santiago de Chile: Ediciones Servicio Nacional del Adulto Mayor; 2021. Disponible en: <https://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/3780>

29. Zanfrillo AI, Artola MA, de Vega RE. Digital communication models for health promotion. *Rev gest pers tecnol*. 2018; 33 (11): 81-93.



30. Serri M. Social networks and Health. Rev chil Infectol [Internet]. 2018;35(6):629-30. Disponible en: <http://doi.org/10.4067/S0716-10182018000600629>
31. Peña B, Pezzoli S. Proposal for intergenerational communication between third age and young people in the knowledge society. Revista de Comunicación de la SEECI [Internet]. 2018; 45: 01-14. Disponible en: <http://doi.org/10.15198/seeci.2018.45.01-14>
32. de Guzmán A, Mesana J, Román J. Beyond the tip of the iceberg: a qualitative sentiment analysis of YouTube viewers' emotional valence toward older adults auditioning in worldwide Got Talent®. Educational Gerontology [Internet]. 2021;47(3):103-20. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/03601277.2021.1881868>

#### **Conflicto de interés**

No existen conflictos de intereses.

#### **Contribución de autoría**

Claudia Troncoso: Concepción y diseño del trabajo; recolección y obtención de resultados; análisis e interpretación de datos; redacción de manuscrito; revisión crítica de manuscrito; aprobación de versión final de manuscrito. Carolina Monsalve, Juan Pablo Amaya; Marco Espildora: Concepción y diseño del trabajo; recolección y obtención de resultados; revisión crítica del manuscrito y aprobación de versión final de manuscrito.

