

Comportamiento informativo en el uso de YouTube por personas mayores

Thiago Giordano de Souza Siqueira¹
Universidade Federal do Amazonas, Brasil
thiago.giordano@gmail.com

Thais Lima Trindade²
Universidade Federal do Amazonas, Brasil
thaisbibliotecaria@gmail.com

Resumen

El comportamiento informativo entre los usuarios de YouTube, plataforma para compartir videos disponibles en Internet, posiblemente volvió más frecuente debido a las condiciones actuales que se presentan debido a las medidas de bioseguridad necesarias para combatir el COVID-19. Siendo este un entorno donde existe una alta producción y publicación de contenidos diarios propicios para la difusión de información, sean fidedignas o no.

La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo y presenta como muestra a las personas mayores que utilizan YouTube. Para la recolección de datos se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado en *Google Forms*,

¹ Licenciado en Bibliotecología de la Universidad Federal de Amazonas (UFAM). Magister de la Universidad de Buenos Aires (UBA) en Bibliotecología y Ciencia de la Información. Trabajó en la Secretaría de Estado de Cultura de Amazonas desarrollando servicios en la Asesoría de Documentación e Información. Fue docente adscrito en Cátedra de Desarrollo de Colección y de los Servicios de Acceso (UBA). Trabajó como profesor voluntario en el Departamento de Archivología y Bibliotecología de la Facultad de Información y Comunicación de la UFAM. Actualmente se desempeña como bibliotecario de referencia en la Universidad Federal de Amazonas. Doctorando en Ciencias de la Información por la Universidade Estadual Paulista (UNESP, Campus de Marília) en São Paulo, Brasil.

² Licenciada en Bibliotecología, Especialista en Gestión de Archivos Empresariales y Magíster en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Federal de Amazonas (UFAM). Docente suplente del Curso de Bibliotecología, Facultad de Información y Comunicación de la UFAM. Fue directora en el Consejo Regional de Bibliotecología de la XI Región. Se interesa por temas relacionados con el acceso y mediación de la información, bibliotecas escolares, fomento de la lectura, competencia en información, bibliotecología social, ética y ciudadanía, organización y representación de la información. Doctoranda en Ciencias de la Información por la Universidade de Brasilia (UnB) en Brasilia, Brasil.

**XVI Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información.
“Usuarios de diferentes unidades de información y comunidades sociales”**

con 12 preguntas cerradas, a partir del modelo de conducta informacional de Wilson (1981, 2000)³ el cual se centra en la relación individual y las fuentes de información. Disponible en grupos de Facebook con contenido orientado a personas mayores y grupos de *Whatsapp* utilizando el criterio de accesibilidad, respondido en el período del 25 de enero al 10 de febrero de 2021. Hubo 17 encuestados. En la segunda fase, en el periodo de 06 de abril al 10 de febrero hubo más 30 participantes.

Sobre el perfil - Hay un predominio de mujeres (68%). En cuanto al ingreso familiar promedio, incluyendo el ingreso de todos los miembros que viven con los ancianos, se encontró que el 60% tiene un ingreso de 1 a 3 salarios mínimos nacionales - Brasil⁴ y 28% de 4 a 9 salarios. Están en el grupo de edad de 60 años (28%); 61 a 65 años (219%); 66 a 70 (34%); 76 a 80 años (6%). En cuanto a la frecuencia de uso, informaron que utilizan: Frecuentemente (32%) – significa que lo haces todo el tiempo; Muy frecuente (34%) – lo haces a menudo; Ocasionalmente (30%) – lo haces a veces, o Raramente (4%) – lo haces con poca frecuencia. Sobre el acceso, hay un mayor predominio accediendo por teléfono celular (70%); por el *notebook* (15%); computadora de escritorio (9%) y por la *Smart TV* (6%).

Identificación del contenido consumido - Con respecto a los temas de los canales más accedidos: Salud (45%); Música (38%); Religión (36%); Recetas culinarias (36%); Noticieros (30%); Documentales (28%) están con mayor frecuencia en la preferencia de los sujetos. A seguir, en la Figura 1 se puede ver cómo se dio la distribución.

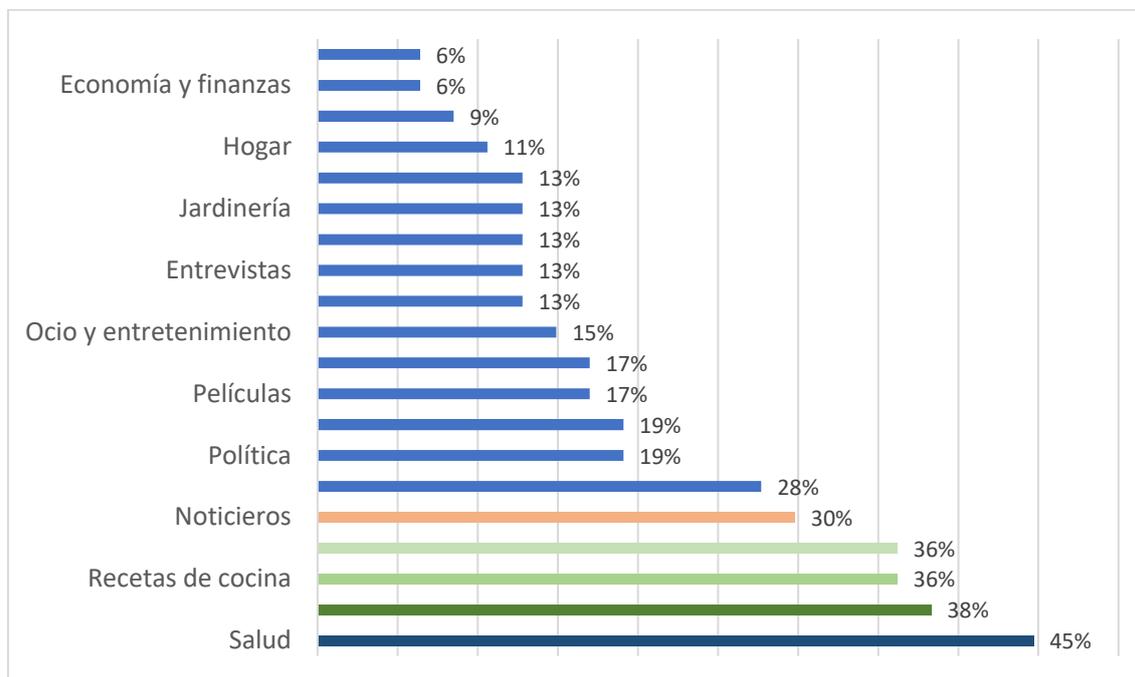
³ Wilson, T. D. (1981) On user studies and information needs. *Journal of Documentation*, v. 31, n. 1, p. 3-15, 1981.

Wilson, T. D. (2000). *Human information behavior*. *Informing Science Research*, v.3, n.2, p. 49-55.

⁴ Salario mínimo: es el salario más bajo que los empleadores pueden pagar legalmente a sus empleados por el tiempo y el esfuerzo dedicados a producir bienes y servicios en todo el país. En Brasil, la Medida Provisional No. 1.021 / 20, de 30 de diciembre de 2020, reajustó el salario mínimo a R\$ 1.100,00 a partir del 1 de enero de 2021.

**XVI Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información.
“Usuarios de diferentes unidades de información y comunidades sociales”**

Figura 1. Temas de los canales más accedidos



Fuente: Datos de la investigación (2021).

Análisis del proceso de búsqueda, selección y uso de información -basado en los criterios de Tomáel *et. al* (2004)⁵ del análisis de la calidad de las fuentes de información en Internet en 3 dimensiones: contenido, forma y proceso. Así, fue posible notar que consideran la facilidad de uso, es decir, la forma de navegación para acceder a los contenidos (53%); la cobertura fidedigno y confiable (29%) juzgando el contenido presentado con un enfoque suficientemente profundo para resolver una necesidad de información; la validez de la fuente (27%) en la que tiene contenido; el soporte al usuario (20%) – elementos de atención al utilizador que puede ser elementos como leyenda, intérprete de lenguaje de señas); la autoridad de origen y reputación (20%).

- Basado en Tomáel *et. al* (2004), que se ocupa del análisis de la calidad de las fuentes de información en Internet.

⁵ Tomáel, M. I. et al. Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na Internet. In: Tomáel, M. I.; Valentim, M. L. P. (Org.). *Avaliação de fontes de informação na Internet*. Londrina: Eduel, 2004, p. 19-40.

**XVI Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información.
“Usuarios de diferentes unidades de información y comunidades sociales”**

- 3 dimensiones: contenido, forma y proceso.

Sobre el grado de dificultad para obtener información en *YouTube*, el costo de la información se destacó como muy importante (34%), debido a que se entrega gran cantidad de contenido gratuito; les gustan la plataforma por la disponibilidad de información cuando necesitan acceso (53%); Sobre la capacidad de manejar equipos tecnológicos para acceder a la plataforma, lo consideran importante (34%), indiferente (23%) o importante (19%); siendo muy importante disponer contenido presentado en la lengua materna (51%) y que el tiempo libre es importante para dedicarse al uso (40%).

En general, se calificó la calidad de la información a la que tienen acceso como buena (62%) o excelente (28%). En cuanto al uso de la información accedida, coinciden en que contribuyó al logro de algunas metas personales, siendo: incrementar el conocimiento (68%); realización de una tarea del día a día (40%); encontrar otra información pertinente (51%); solucionar un problema (40%); comprender un tema (41,2%) o como entretenimiento (51%). El índice más bajo fue para realizar actividades de estudio / investigación (31%) lo cual es comprensible dado que la mayoría de las personas mayores están jubiladas o comenzando su fase de jubilación.

Finalmente, sobre los sentimientos señalados en relación con el proceso de búsqueda y uso de información: confiando (38%), satisfecho (36%), optimista (21%), con dudas (21%), Seguros (19%). Es decir que el miedo no es tan grande y los adultos mayores ya están en alguna medida incorporados en la alfabetización digital y sus niveles de seguridad.

A modo de conclusión, se observó que los participantes busquen su información por factores relacionados con la salud. Sus prácticas informativas demostraron la individualidad en cuanto diferentes formas de comprensión y acumulación de nuevos conocimientos. Se destacó el interés por temas relacionados con la salud

**XVI Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información.
“Usuarios de diferentes unidades de información y comunidades sociales”**

y la religiosidad, así como el predominio del público femenino. Se muestra la fiabilidad, credibilidad e interés de las personas mayores por la información disponible en YouTube. Presentándose como de fácil acceso al uso de las personas mayores. Se demuestra un alto grado de satisfacción por parte de las personas mayores con respecto al uso de la plataforma como fuente de información.

**Comunicación oral presentada el 6 de septiembre de 2021 durante el XVI Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información. “Usuarios de diferentes unidades de información y comunidades sociales”.
Se puede consultar el video de la presentación en el enlace: <https://youtu.be/7AS29dg1AjA>**