

III Congreso Internacional de Investigación sobre Usuarios de la Información  
XVI Seminario de Investigación sobre Usuarios de la Información  
“Usuarios de diferentes unidades de información y comunidades sociales”



# COMPORTAMIENTO INFORMATIVO EN EL USO DE YOUTUBE POR PERSONAS MAYORES

# Equipo



Thiago Siqueira

Mag. de la Universidad de Buenos Aires (UBA) en Bibliotecología y Ciencia de la Información. Doctorando en Ciencias de la Información por la Universidade Estadual Paulista (UNESP) en São Paulo, Brasil.



Thais Trindade

Mag. de la Universidade Federal de Amazonas (UFAM) en Ciencias de la Comunicación. Doctoranda en Ciencias de la Información por la Universidade de Brasilia (UnB) en Brasilia, Brasil.

- El comportamiento informativo y la comunicación entre los usuarios de información en *YouTube*, una plataforma para compartir videos disponible en Internet;
- Entorno donde existe una alta producción y publicación de contenidos diarios y un entorno propicio para la difusión de información, sea fidedigna o falsa.
- Dado que la oferta de educación, compras y entretenimiento restringida a lo que se hizo posible en los medios virtuales, muchas personas, especialmente las mayores, necesitaban ser introducidas al lenguaje digital.
- Es un fenómeno de transición donde experimentamos la migración de personas mayores a la era digital que puede no existir en unas pocas décadas.



# Introducción

- **Se ha vuelto cada vez más frecuente el consumo de información en YouTube** debido a las condiciones que presenta el aislamiento social como medidas de bioseguridad, aislamiento social necesario para combatir el virus COVID-19.
- ¿En qué medida las personas mayores utilizan YouTube y están satisfechas con él?
  - Conocer el perfil de las personas mayores
  - Describir cuáles son los temas más buscados.
  - Investigar el comportamiento humano hacia fuentes y canales de información - YouTube

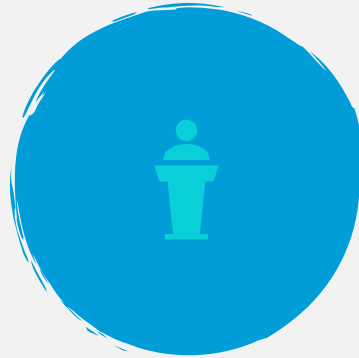


## Objetivos de la investigación



### Enfoque

Cualitativo y  
cuantitativo



### Muestra

Personas mayores  
que utilizan  
YouTube



### Recolección de datos

Cuestionario  
estructurado en *Google  
Forms*, con 12  
preguntas cerradas



### Disponible

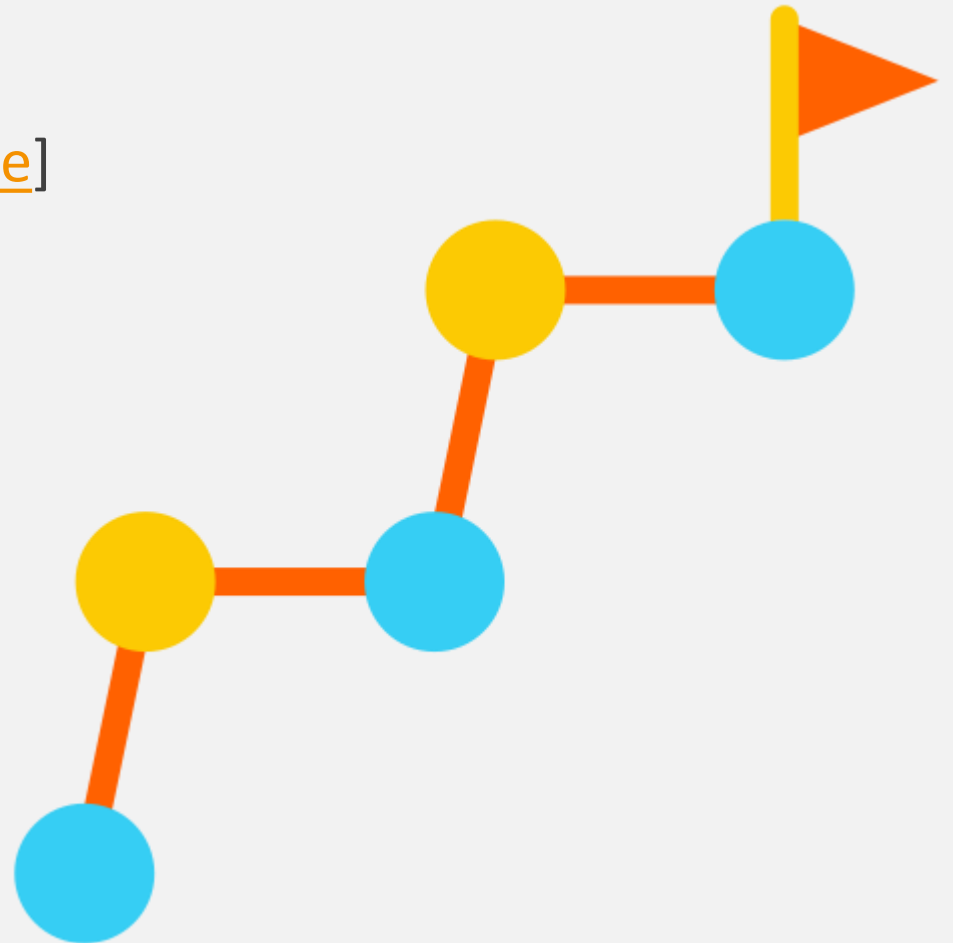
Grupos de Facebook  
con contenido orientado  
a personas mayores y  
grupos de *Whatsapp*

# Diseño de la investigación

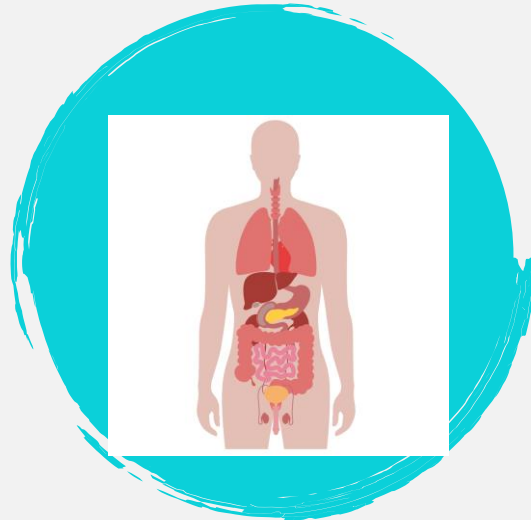


## 2 FASES

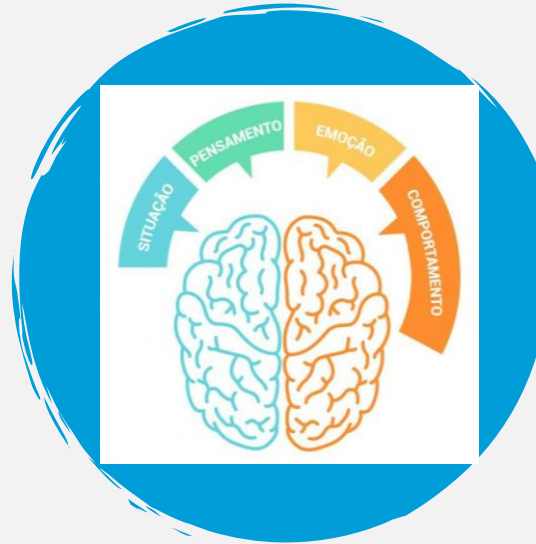
- Fase 1 - del 25 de enero al 10 de febrero de 2021. Hubo 17 participantes.
- Fase 2 – 6 de abril al 08 de junio de 2021. Hubo más 30 participantes. [Ayuda [Canal do seu neto – YouTube](#)]
- Participación siempre voluntaria



Descubrir información para satisfacer una necesidad es un proceso subjetivo y probablemente presentará barreras de diferentes tipos, que pueden definirse como:



Fisiológicos

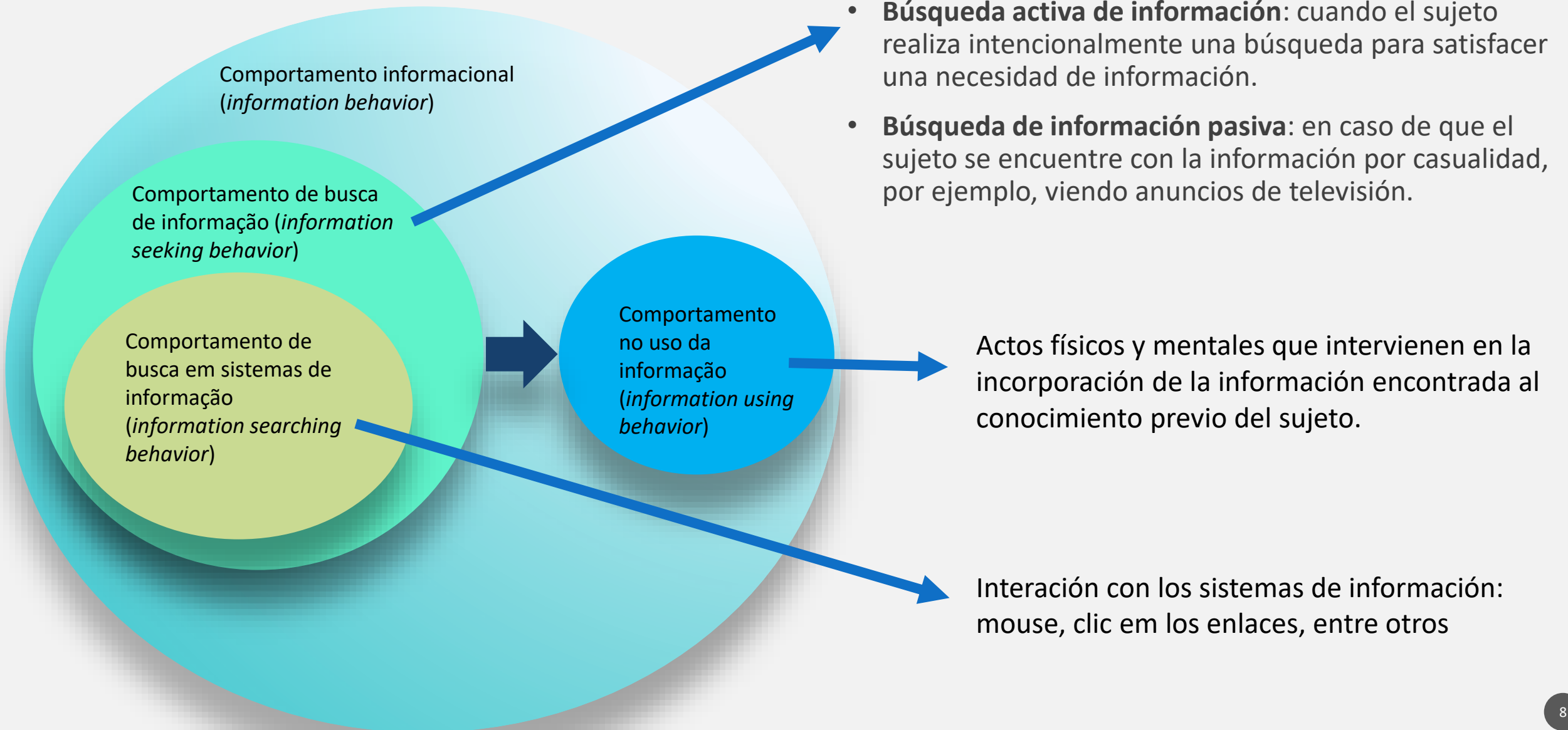


Cognitivos



Afectivos

# Wilson (2000) analiza el comportamiento informativo y presenta algunas definiciones



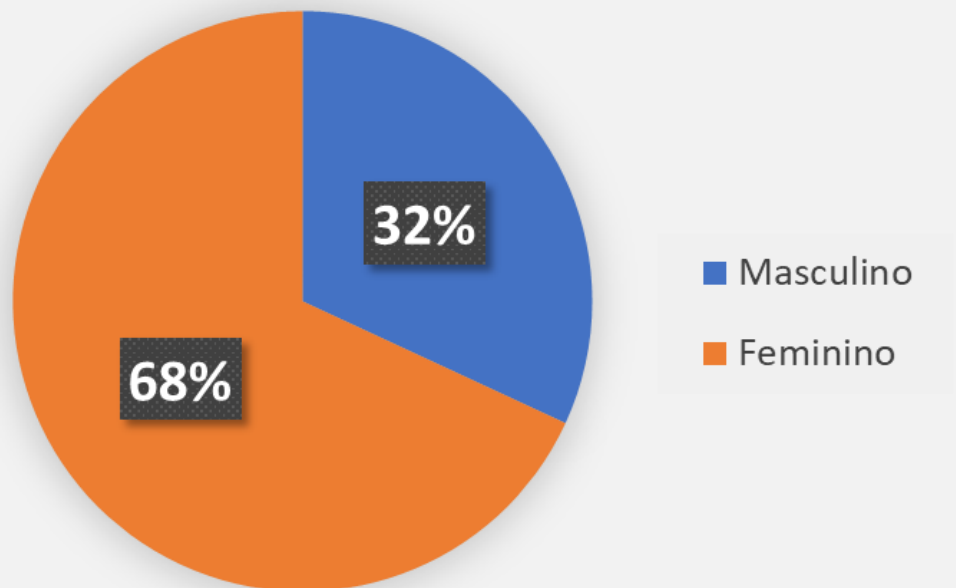


# RESULTADOS

# PERFIL DE LOS SUJETOS DE INVESTIGACIÓN

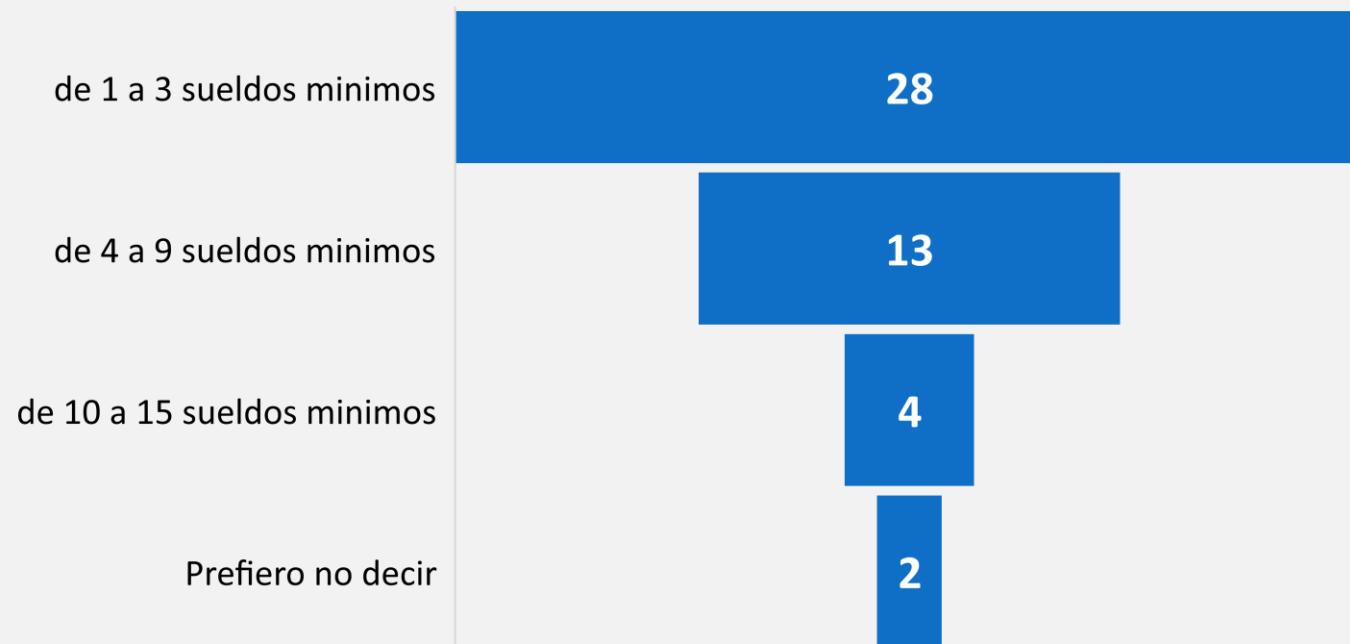


## Género declarado

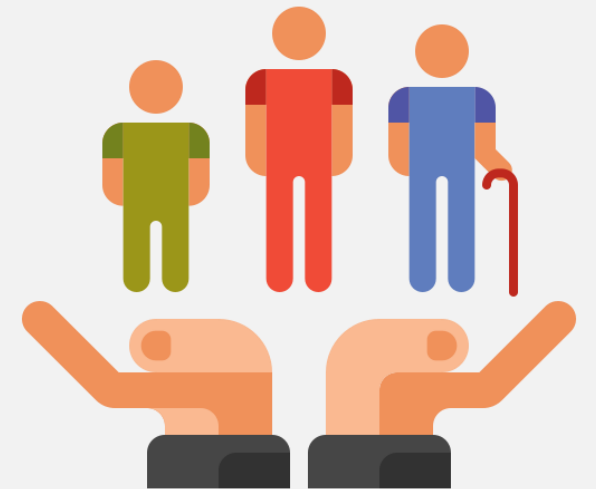
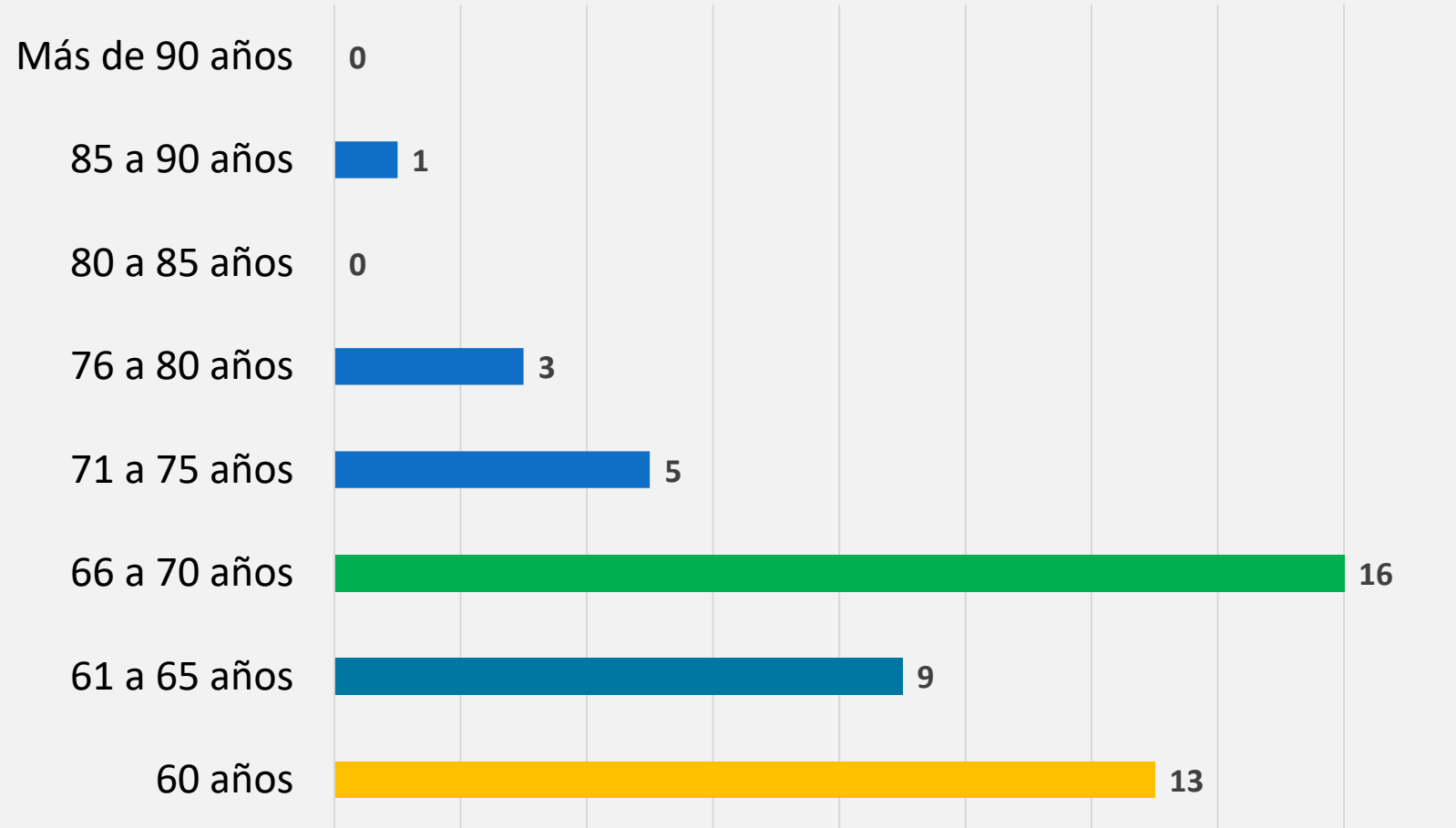


- Hay un predominio de mujeres.
- 60% están en la franja de 1 a 3 sueldos.

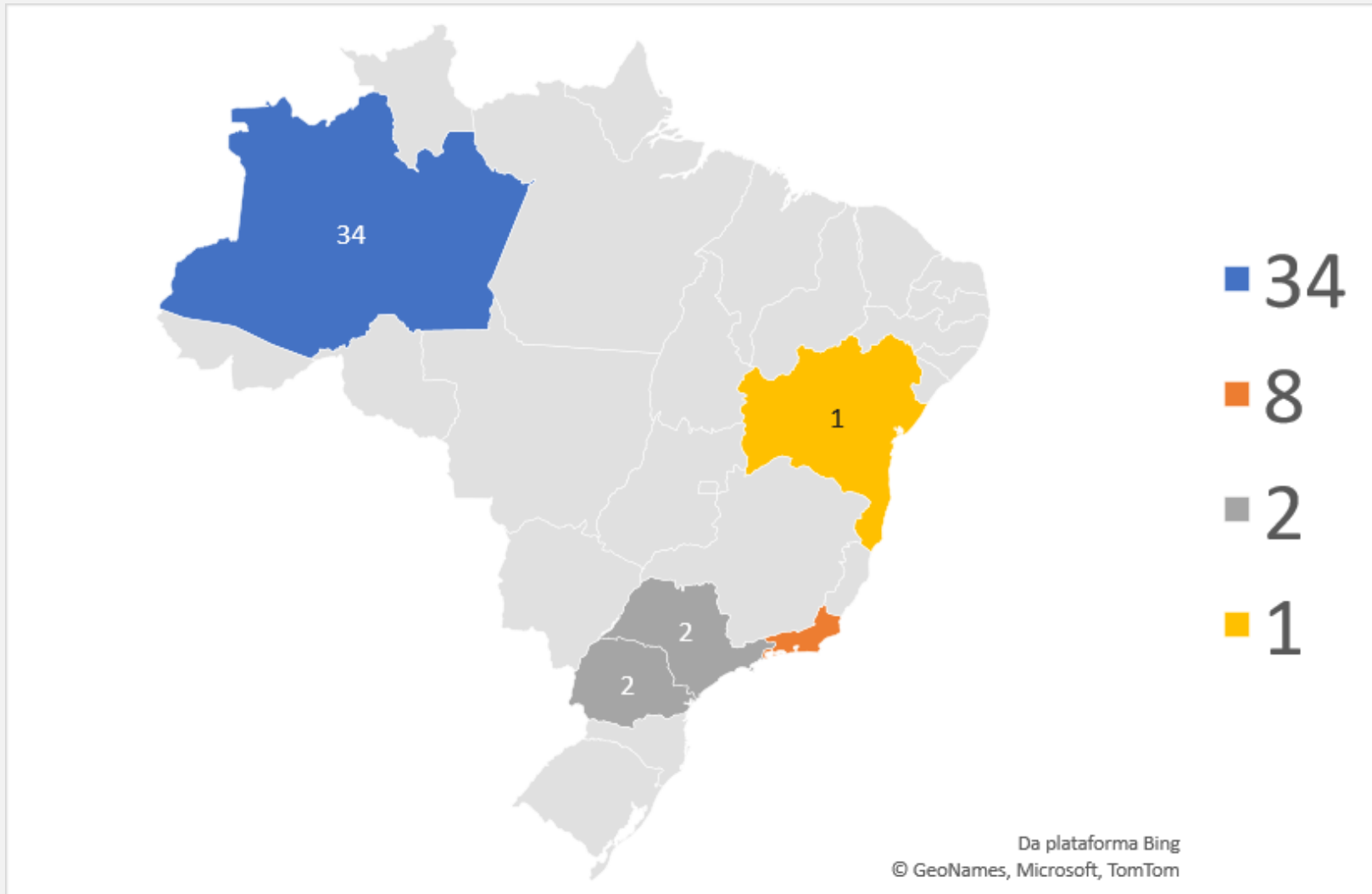
## Ingreso familiar promedio



# Grupo de edad



# Localización



- Amazonas (Norte)
- Rio de Janeiro (Sureste)
- São Paulo (Sureste)
- Paraná (Sur)
- Bahia (Noreste)

# Dispositivos usados para acceder a Youtube



Teléfono

70%



Notebook

15%



Computadora

9%



Smart TV

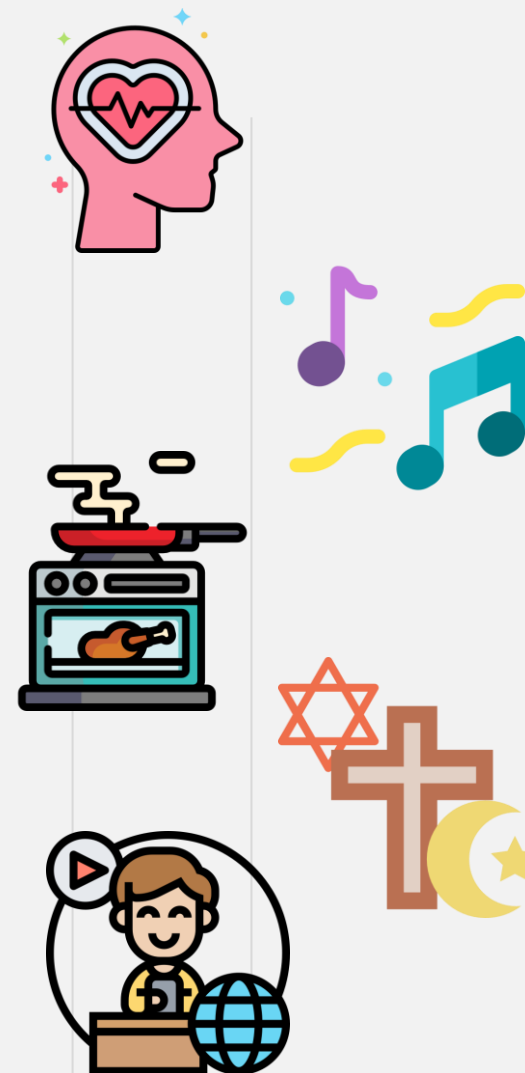
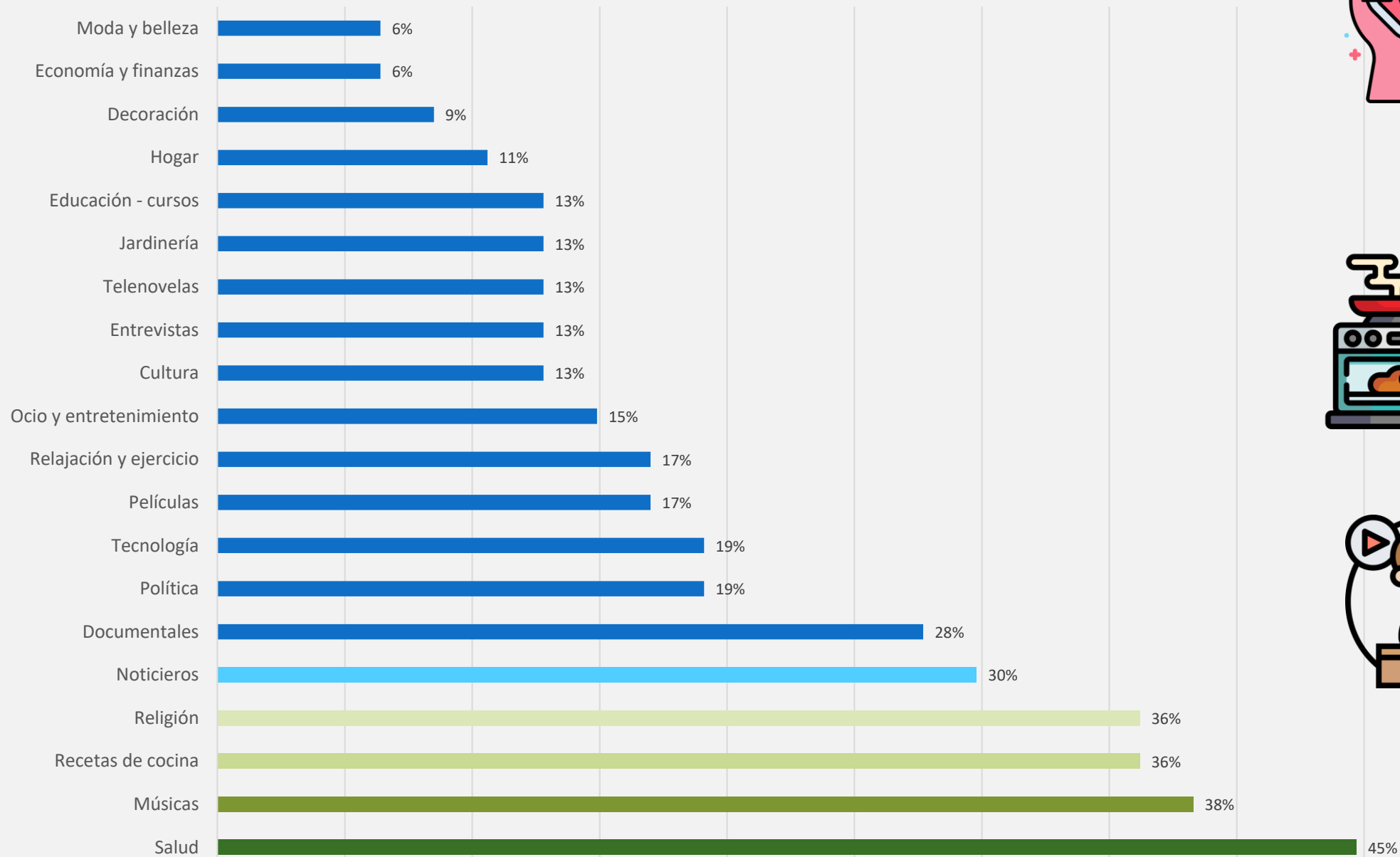
6%

- Tienen acceso a Internet en casa o un paquete de datos en su dispositivo móvil.
- Las personas mayores son consumidores de productos tecnológicos, es decir, se percibe la importancia de la comunicación dirigida a las personas mayores y los beneficios de utilizar estos productos para su inclusión en la sociedad.

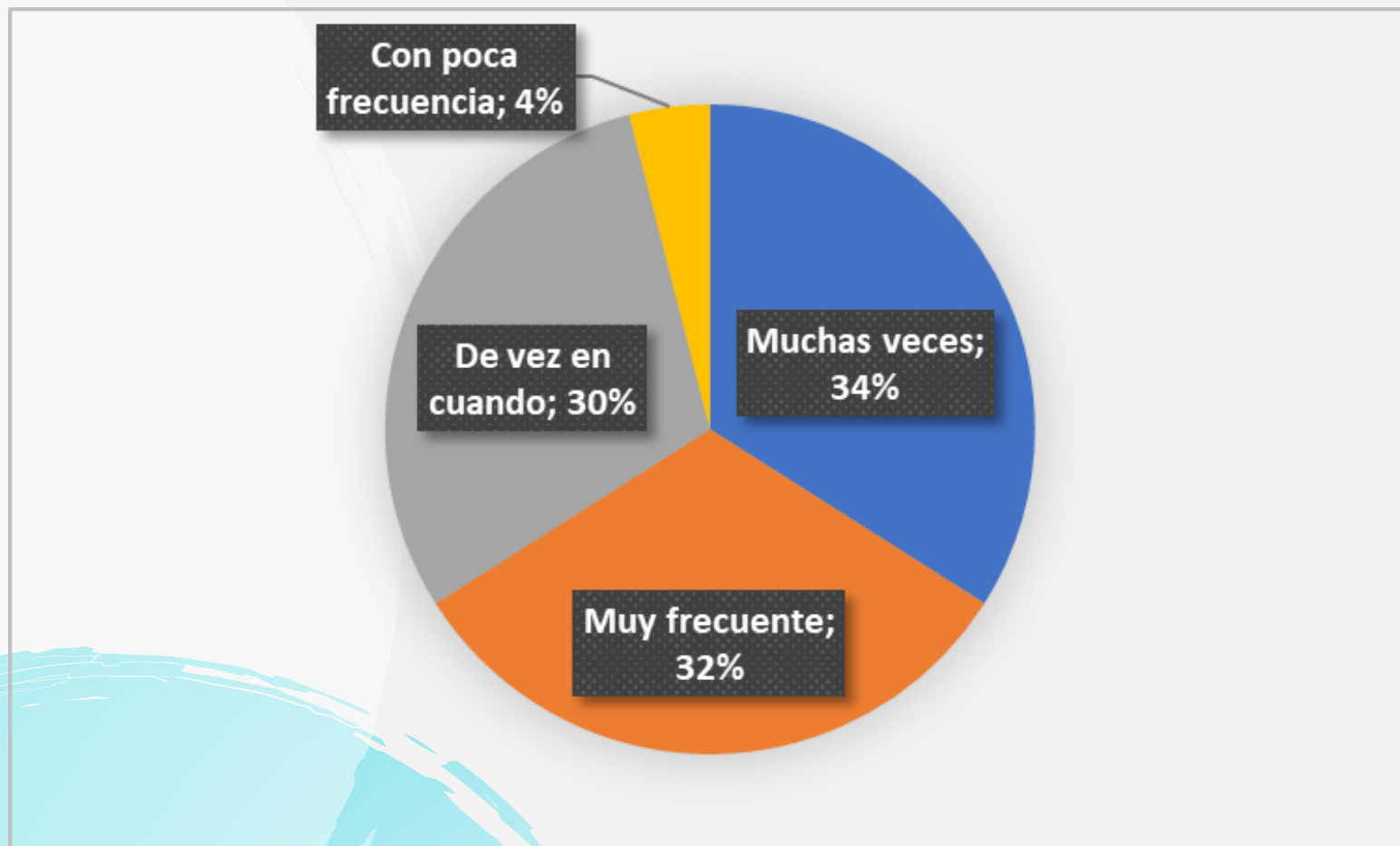


**IDENTIFICACIÓN DEL  
CONTENIDO DE LA  
FUENTE DE  
INFORMACIÓN  
UTILIZADA**

# Temas de los canales más accedidos



# Frecuencia de uso de YouTube como medio de información



32% Muy frecuente

Significa que lo haces todo el tiempo

Diariamente

**34% Muchas veces**

**Significa que lo haces a menudo**

**Semanalmente**

30% De vez en cuando

Significa que lo haces a veces

Un par de veces al mes

4% Con poca frecuencia

Significa que lo haces de vez en cuando

Un par de veces al año

**ANÁLISIS DEL  
PROCESO DE  
BÚSQUEDA,  
SELECCIÓN Y USO DE  
INFORMACIÓN**

# Criterios tomados en cuenta para seleccionar un contenido informativo en YouTube

- Basado en Tomaél *et. al* (2004), que se ocupa del análisis de la calidad de las fuentes de información en Internet.
- 3 dimensiones: contenido, forma y proceso.

## Cobertura

- enfoque con profundidad y amplitud del tema

## Validez

- fiabilidad y confiabilidad de la información

## Autoridad de origen y reputación

- especialidad / patrón del productor del canal

## Adecuación de la fuente

- coherencia del lenguaje utilizado

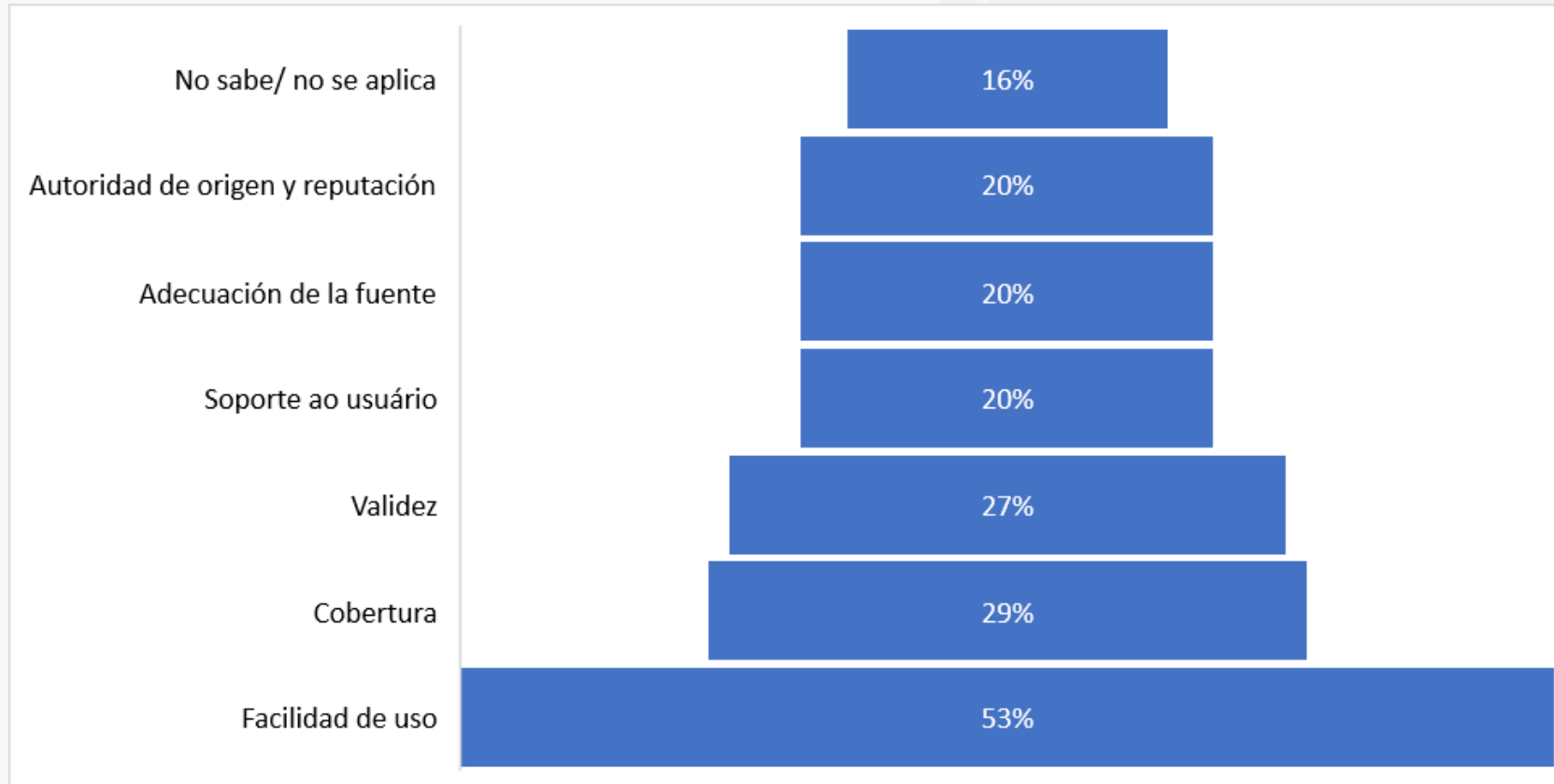
## Facilidad de uso

- navegación fácil para buscar, ver o intercambiar videos

## Soporte al usuario

- elementos (leyenda, intérprete de libras)

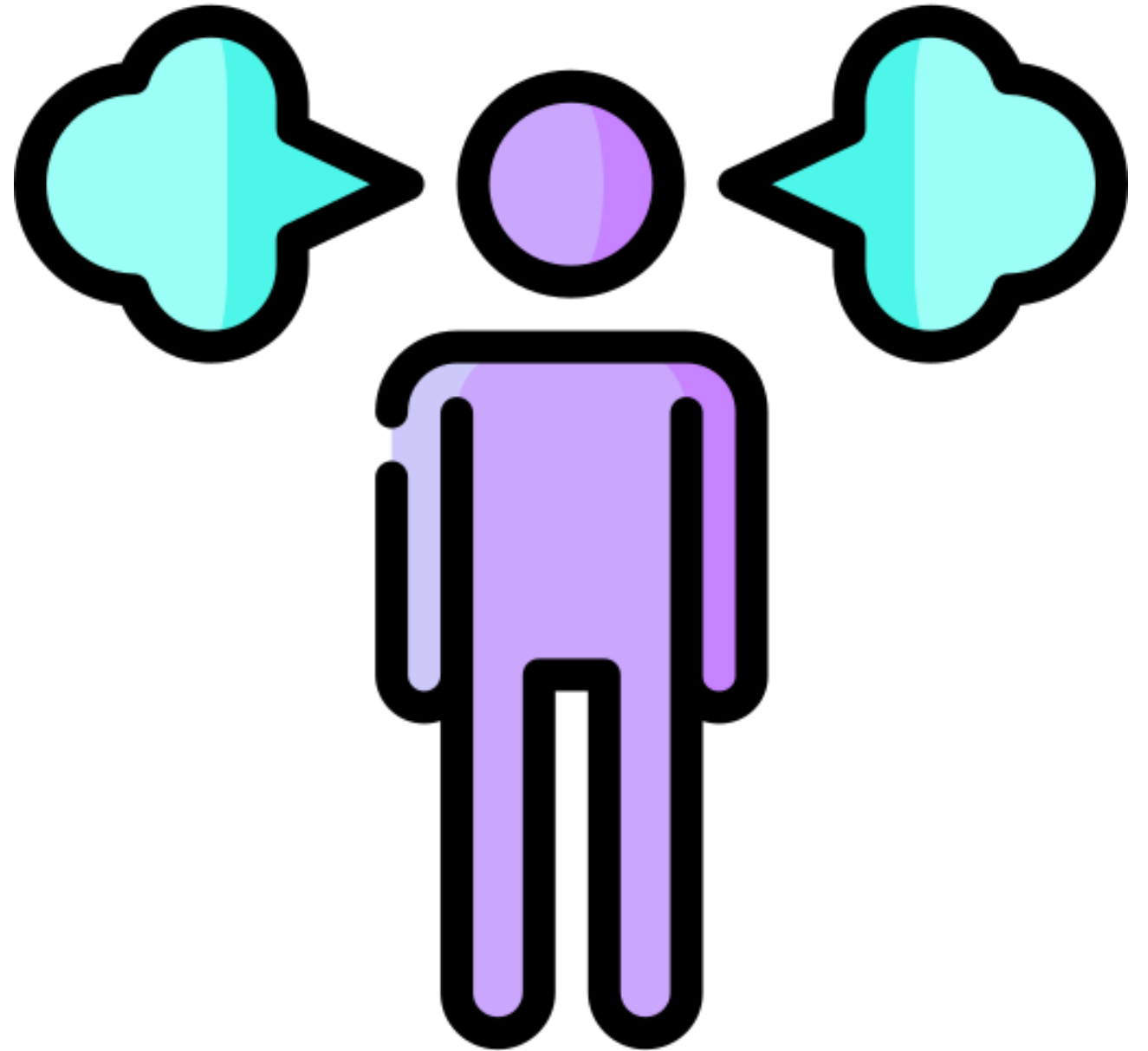
# Criterios tomados en cuenta para seleccionar un contenido informativo en YouTube





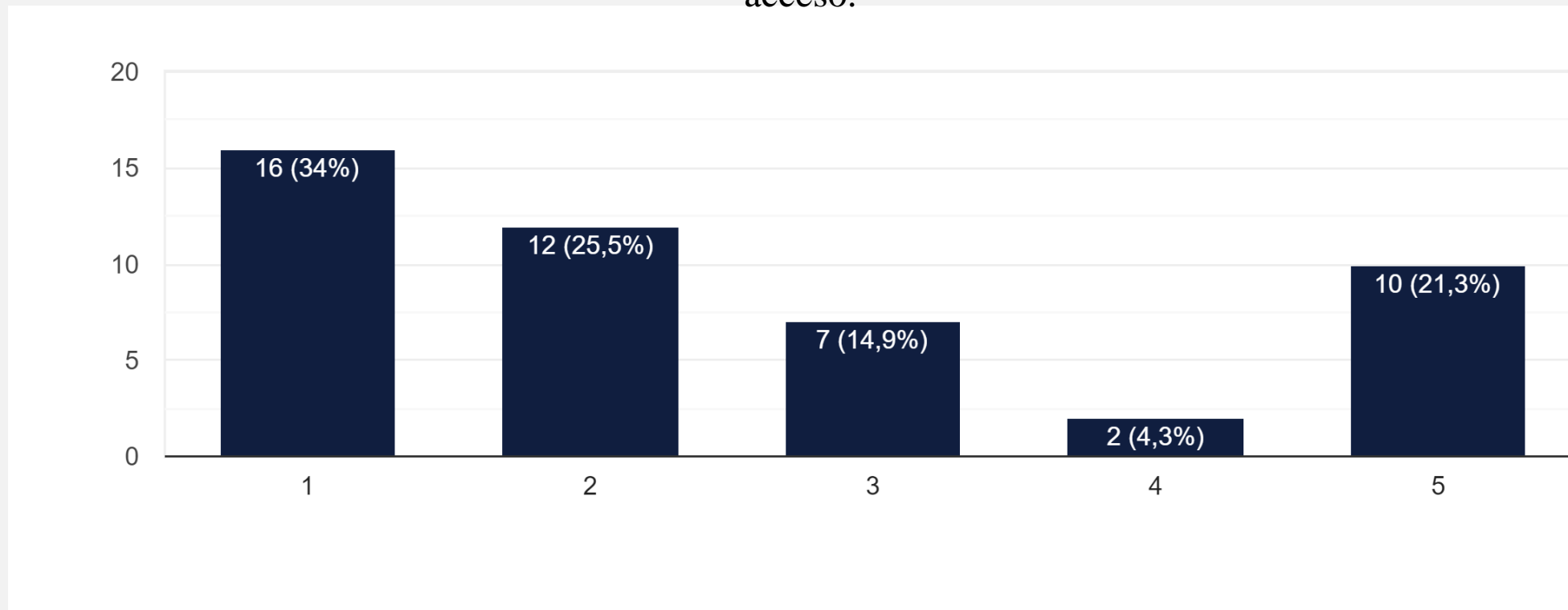


**Grado de dificultad encontrado para obtener información en los canales de YouTube en su día a día**



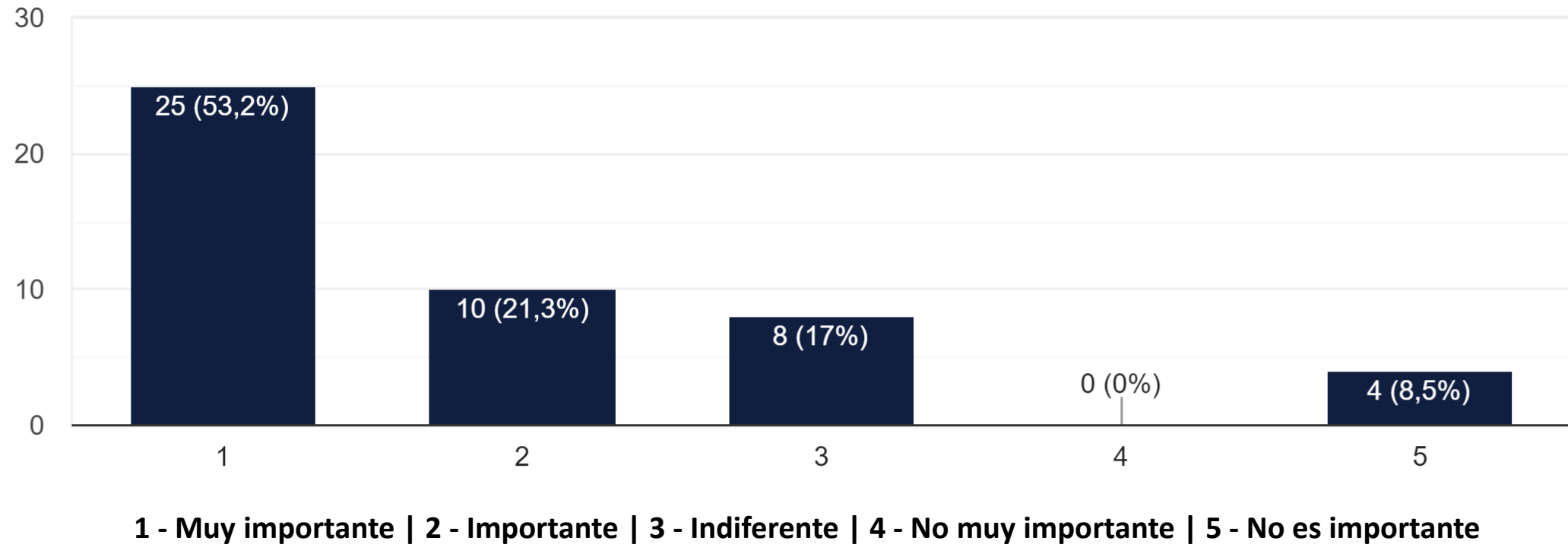
# Costo de la información: tener que pagar una cierta cantidad para acceder

Pero también se puede evaluar: Tiempo, electricidad, costo del acceso y de los servicios para brindar el acceso.

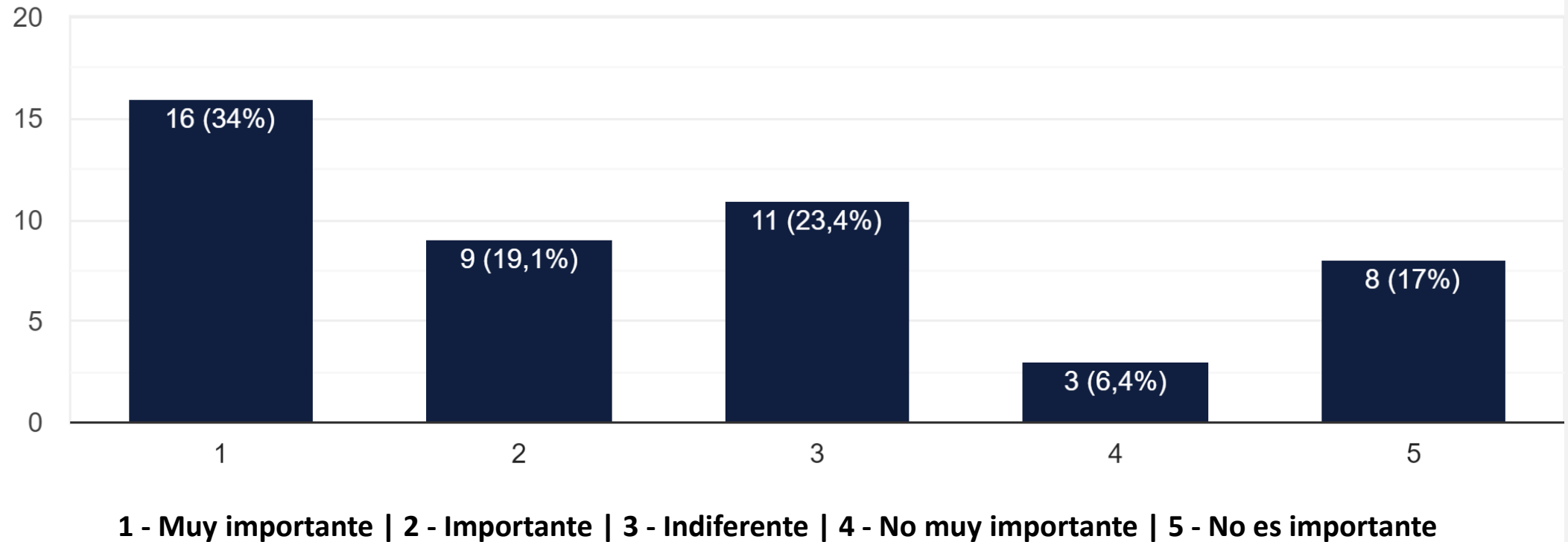


1 - Muy importante | 2 - Importante | 3 - Indiferente | 4 - No muy importante | 5 - No es importante

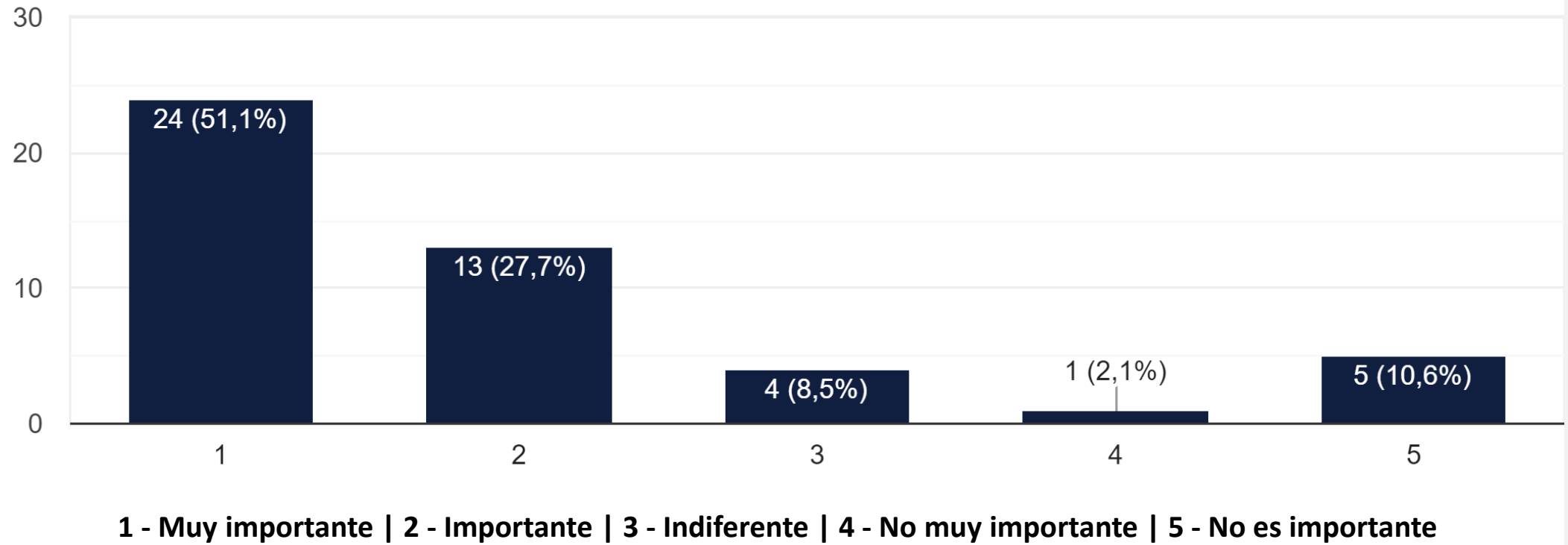
# Disponibilidad de la información: acceder a la información cuando la necesite, en cualquier momento



# Falta de capacidad para hacer frente a los recursos tecnológicos.

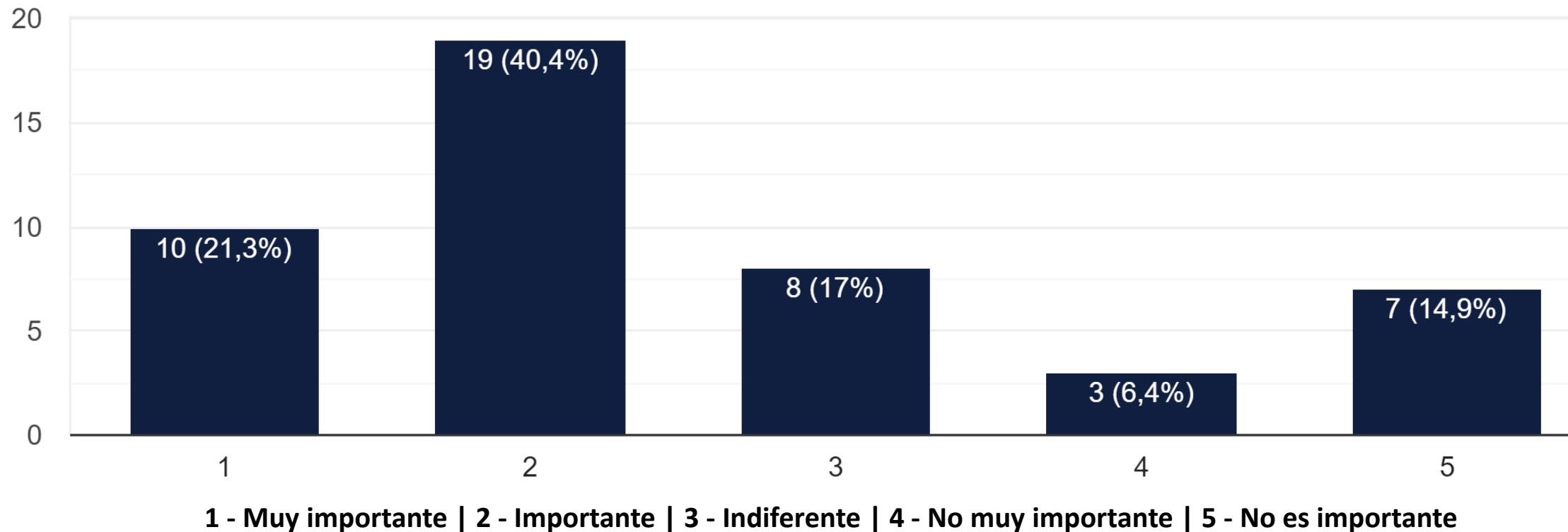


# Idioma del contenido presentado



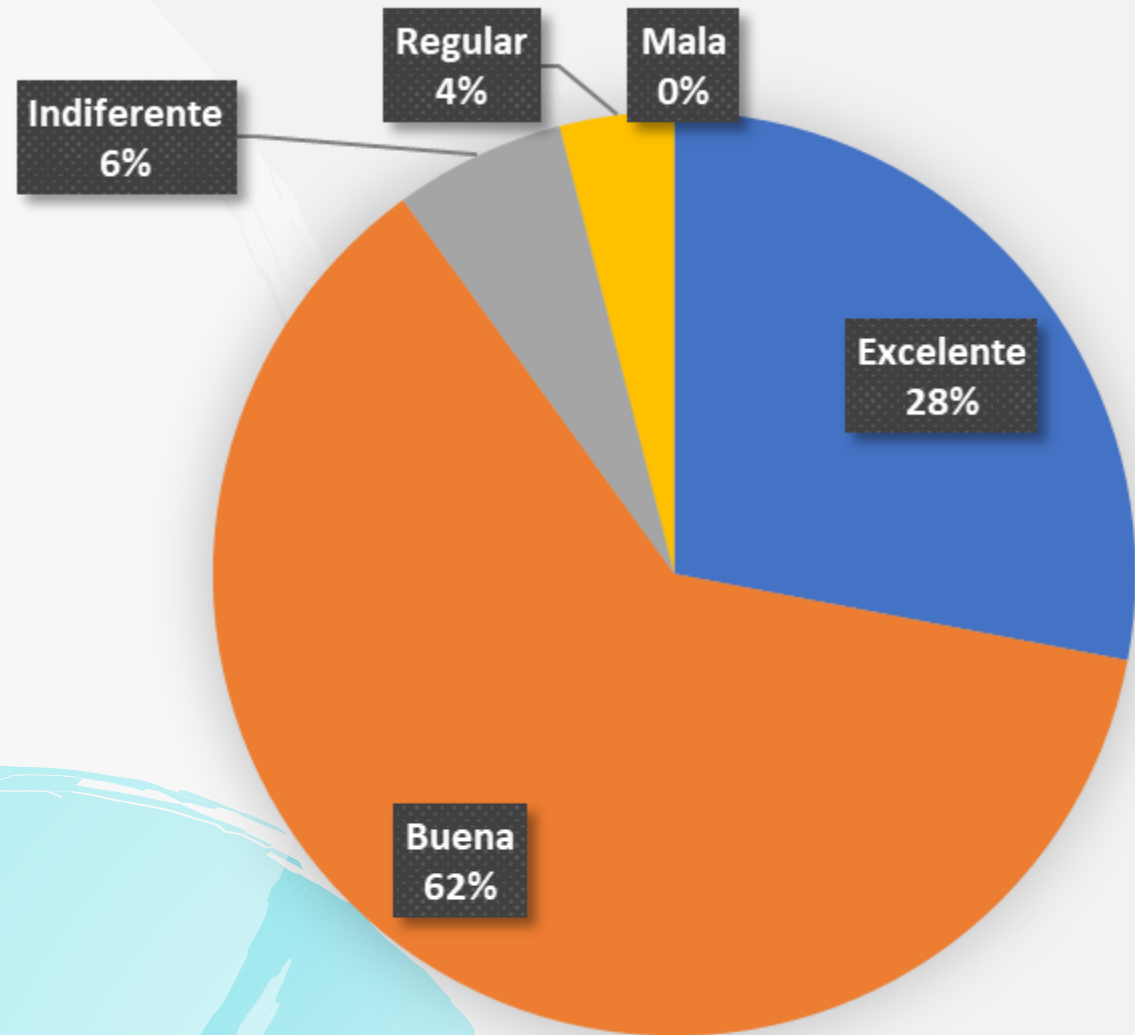
# Tiempo disponible

Se puede pensar en dos cosas: tiempo libre mismo em el hogar o en el aspecto de tardar mucho para cargar el contenido.





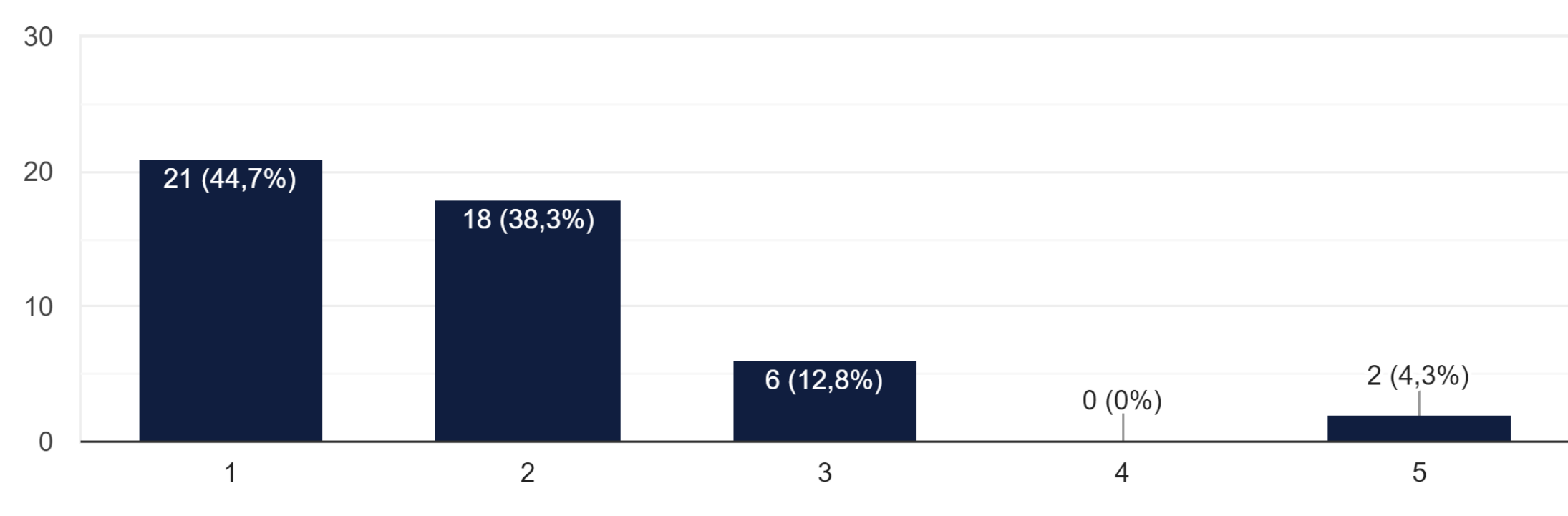
## Clasificación de la calidad de la información recibida



**Cómo contribuyó la información al logro de sus objetivos (estudios, entretenimiento, satisfacción personal, etc.)**

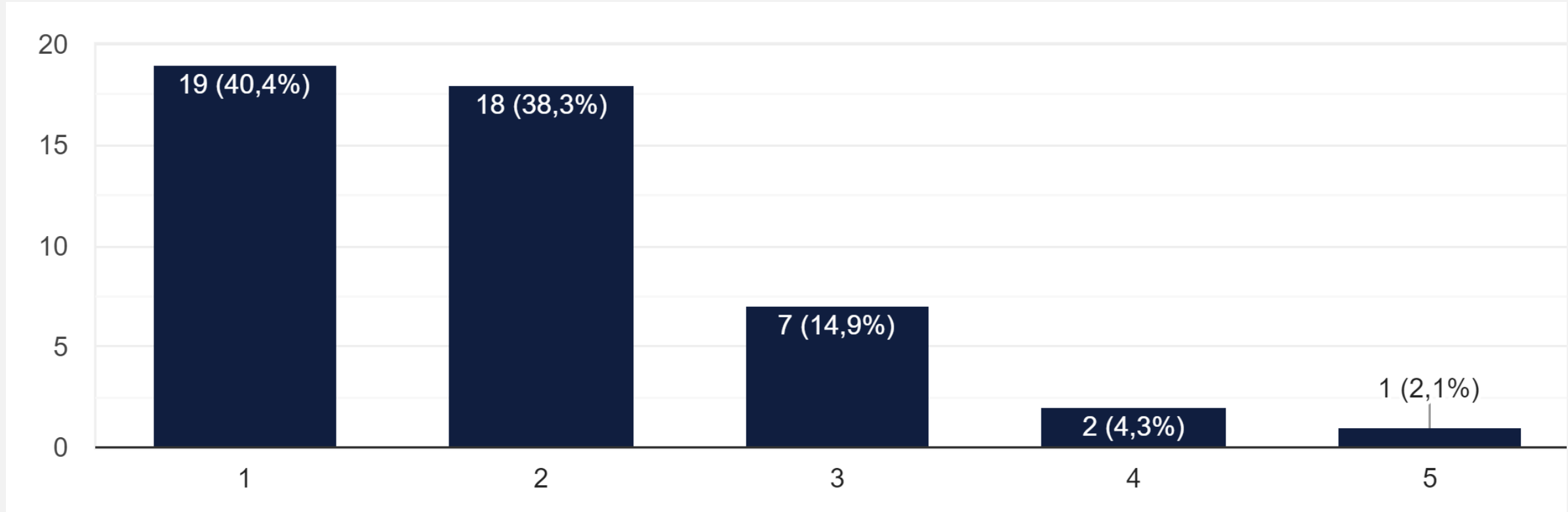


# Ayudó a entender un tema



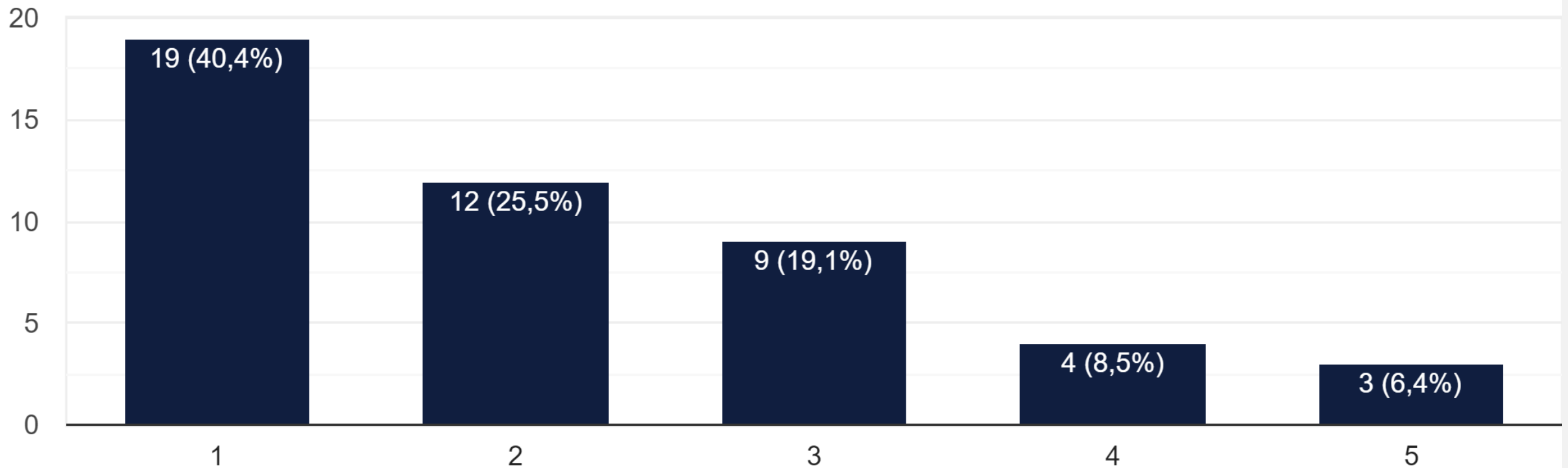
1 - Totalmente de acuerdo | 2 - Estoy de acuerdo | 3 - No tengo opinión | 4 - En desacuerdo | 5 - Estoy totalmente en desacuerdo

# Ayudó a resolver un problema



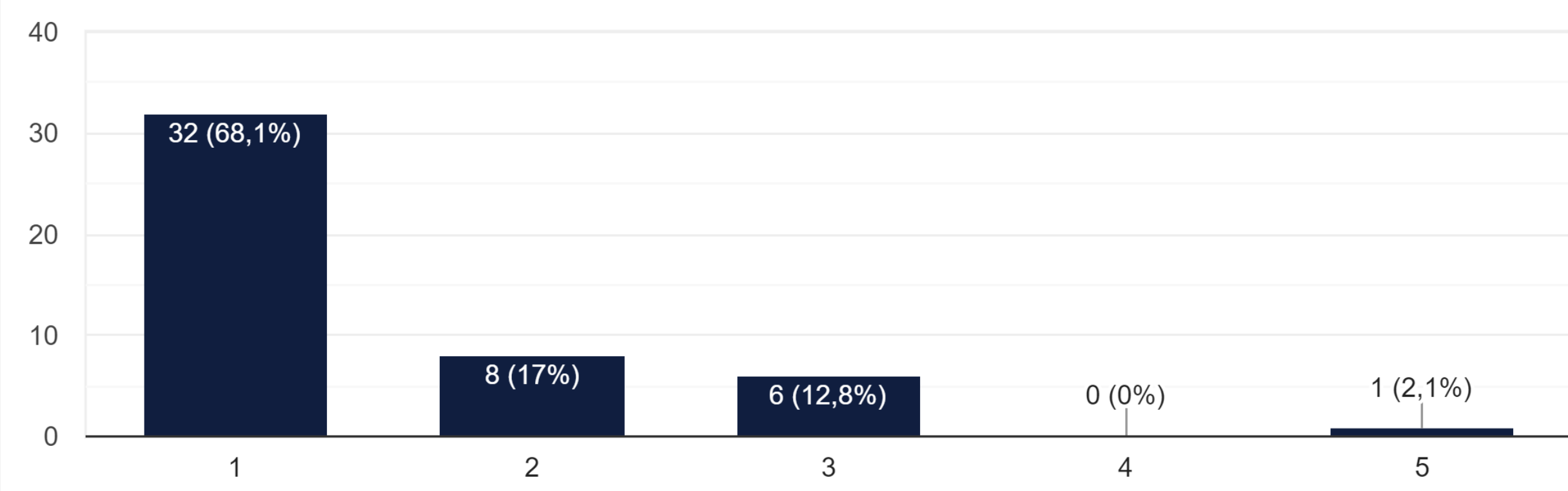
1 - Totalmente de acuerdo | 2 - Estoy de acuerdo | 3 - No tengo opinión | 4 - En desacuerdo | 5 - Estoy totalmente en desacuerdo

# Ayudó en el hacer de algunas de mis tareas diarias



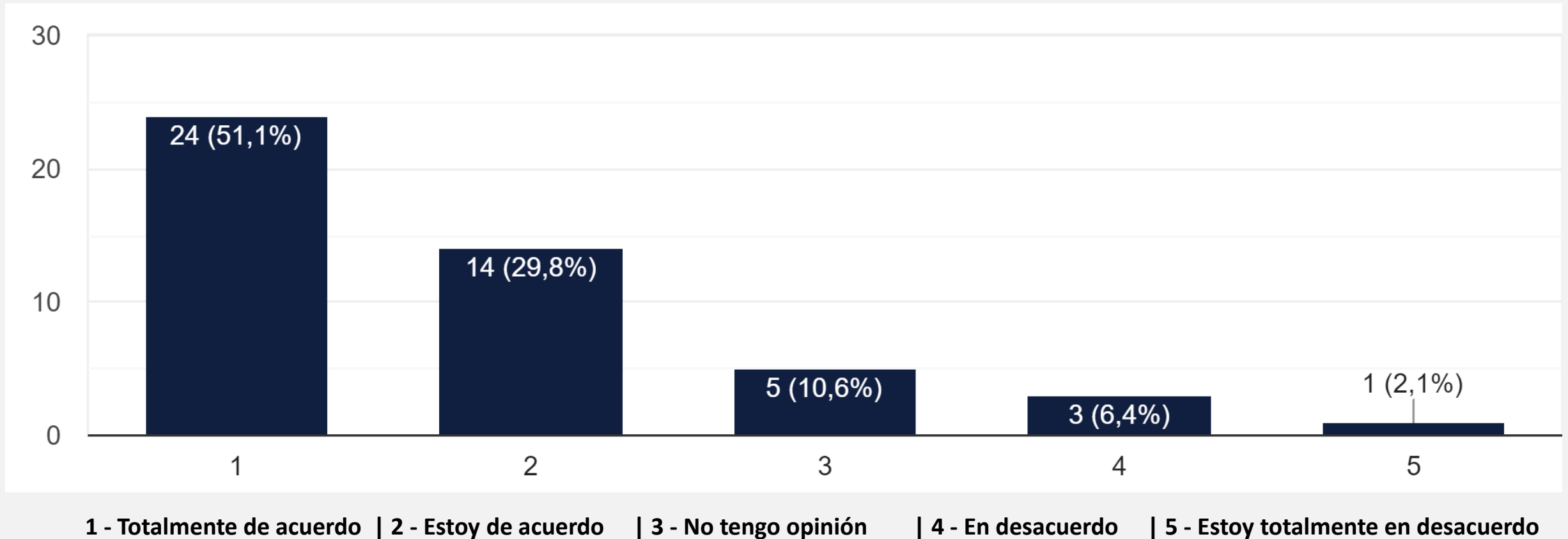
1 - Totalmente de acuerdo | 2 - Estoy de acuerdo | 3 - No tengo opinión | 4 - En desacuerdo | 5 - Estoy totalmente en desacuerdo

# Ayudó a aumentar el conocimiento

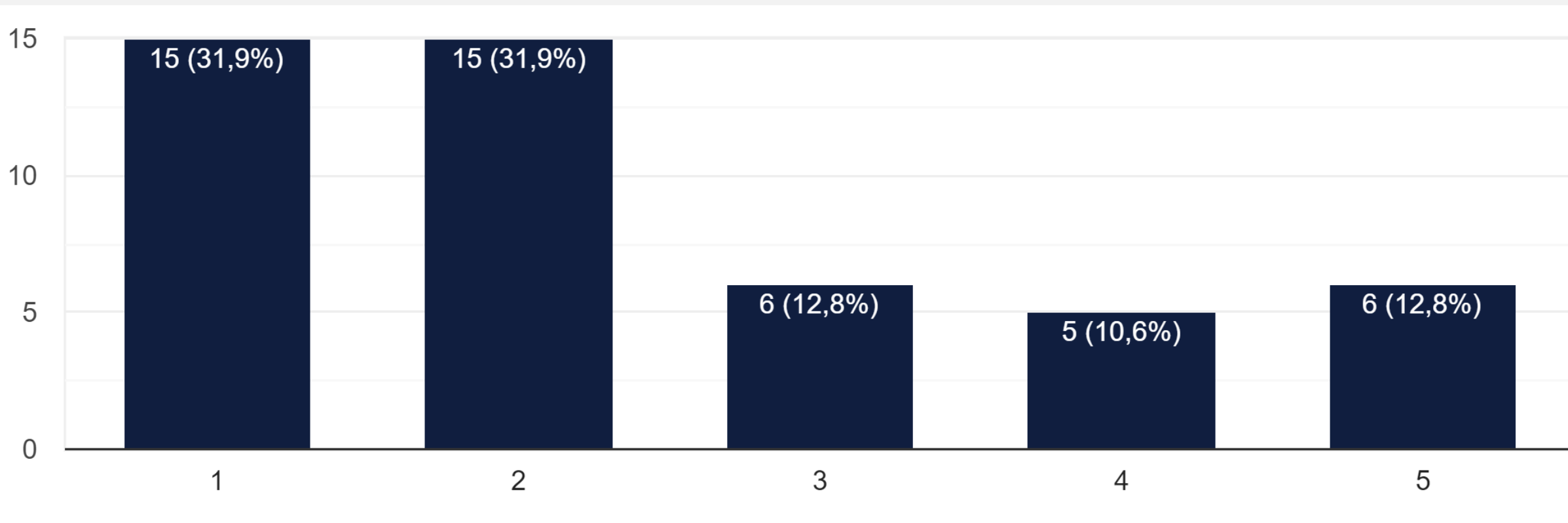


1 - Totalmente de acuerdo | 2 - Estoy de acuerdo | 3 - No tengo opinión | 4 - En desacuerdo | 5 - Estoy totalmente en desacuerdo

# Ayudó en la satisfacción personal y el entretenimiento



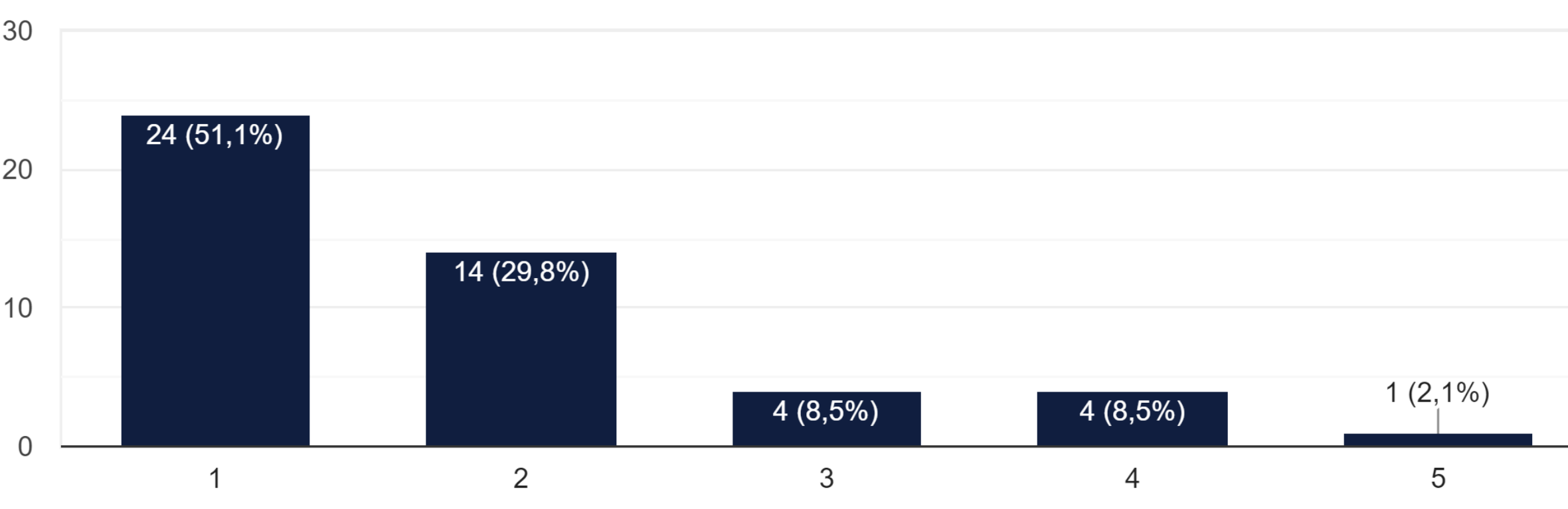
# Ayudó a realizar una actividad de estudio / investigación



1 - Totalmente de acuerdo | 2 - Estoy de acuerdo | 3 - No tengo opinión | 4 - En desacuerdo | 5 - Estoy totalmente en desacuerdo

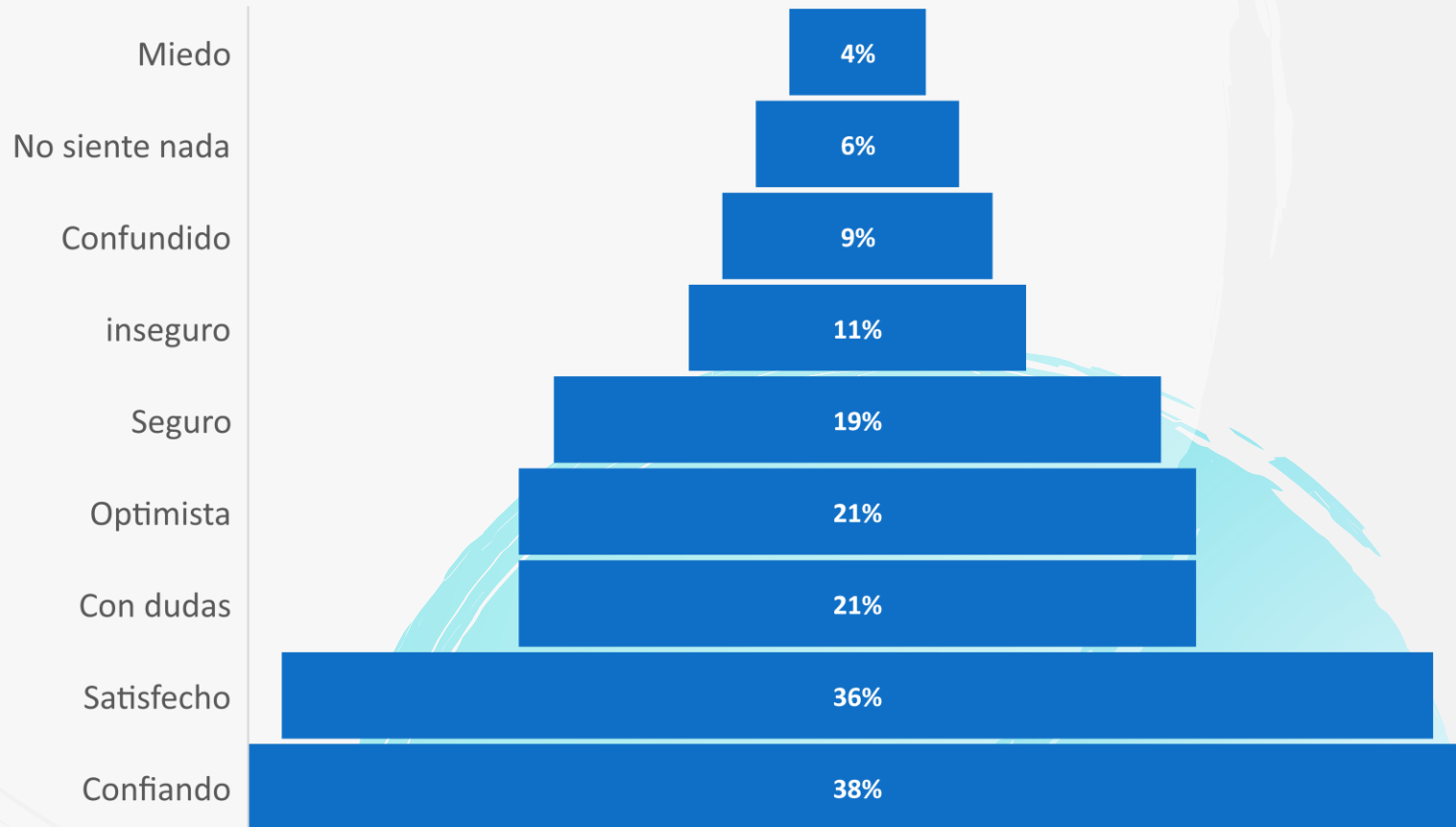


# Ayudó a encontrar otra información pertinente



1 - Totalmente de acuerdo | 2 - Estoy de acuerdo | 3 - No tengo opinión | 4 - En desacuerdo | 5 - Estoy totalmente en desacuerdo

# Sentimiento al buscar información



- La evaluación de la confiabilidad de la información presenta un reto para las personas mayores;
- Oportunidad de mantener el contacto con el aprendizaje día a día, con los temas de interés;
- El YouTube puede ayudar a mejorar el bienestar y la salud mental, siendo una herramienta más de apoyo en esta etapa de la vida y en el escenario;
- Limitaciones 1: ampliar el universo de participantes de la investigación.
- Limitaciones 2: Este instrumento no sustituye a la observación y entrevista con personas mayores en situación efectiva de búsqueda de información y valoración de la misma.



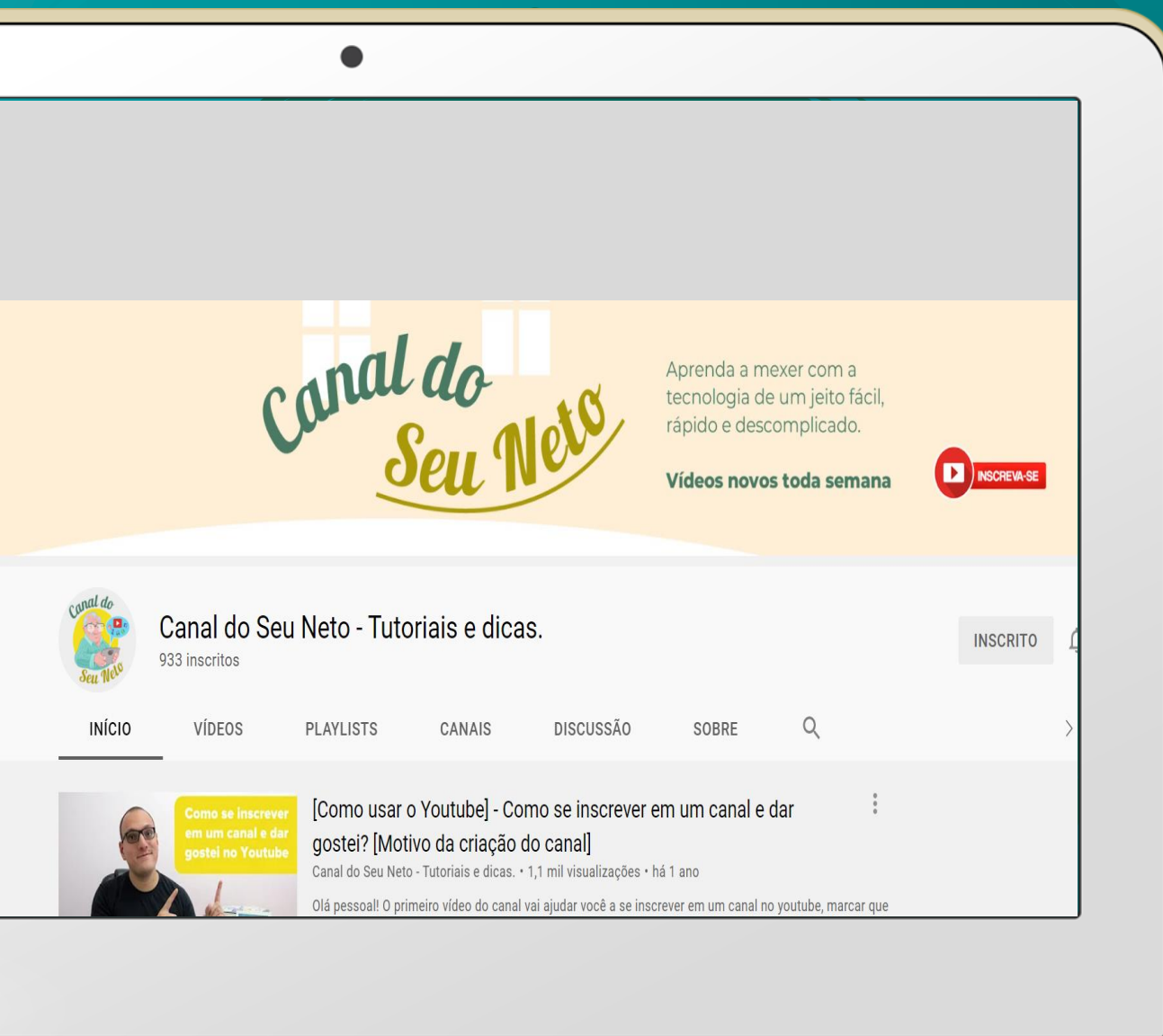
# Conclusiones

# Agradecimiento



Canal do Seu Neto -  
Tutoriais e dicas.

Renie Gomes



# Referências

CANAL do seu neto: Tutoriais e dicas. Tutoriais e dicas. 2020. Disponível em:

<https://www.youtube.com/channel/UClbaHigQSbVAGPXAO5jvSOA>. Acesso em: 04 set. 2021.

FROES, Daniel (ed.). Sem netos para ajudar, canal no YouTube ensina idosos a usar celular e internet. *Razões para acreditar*, 2020.

Disponível em: <https://razoesparaacreditar.com/canal-ensina-idosos-usar-celular-internet/>. Acesso em: 26 maio 2021.

GANDRA, Tatiane Krempser. *Inclusão digital na terceira idade: um estudo de usuários sob a perspectiva fenomenológica*. 137f.

(Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. 2012.

TOMAÉL, M. I. et al. Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na Internet. *In*: TOMAÉL, M. I.; VALENTIM, M. L. P. (Org.).

*Avaliação de fontes de informação na Internet*. Londrina: Eduel, 2004, p. 19-40.

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

WILSON, T. D. Models in Information Behavior Research. *Journal of Documentation*, London, v. 55, n. 3, p. 249-271, June 1999.

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

# ¡MUCHAS GRACIAS!

Thiago Giordano Siqueira 

[thiago.giordano@gmail.com](mailto:thiago.giordano@gmail.com) 

Thais Lima Trindade 

[thais.bibliotecaria@gmail.com](mailto:thais.bibliotecaria@gmail.com) 