

Los contenidos que desatan mayor debate entre usuarios de mediana edad en redes sociales

Andrea Montserrat Hernández Ocampo y César Enrique Ruiz Medina

Universidad La Salle México, Facultad Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación. Ciudad de México, México.

am.hernandezo@lasallistas.org.mx, cesar.ruiz@lasallistas.org.mx

Resumen. Los debates siempre han sido una parte fundamental dentro de las redes sociales y a través de los últimos años los usuarios en estas plataformas han ido aumentando considerablemente. Los adultos de mediana edad (40 a 60 años) poseen más responsabilidad y autoridad sobre las demás generaciones actualmente, lo que los convierte en la principal fuente de temas y disputas. Al igual que en la sociedad, en Facebook y Twitter van ganando terreno por lo que es de gran importancia conocer qué tópicos generan una mayor discusión entre esta fracción de la población. Mediante técnicas cualitativas y cuantitativas como encuestas y análisis de contenido se buscará comprobar que la política, la salud, los deportes y las noticias de actualidad son los factores de mayor debate en ambas redes.

Palabras clave: Redes Sociales, Adultos mediana edad, Discusión.

1 Descripción de la problemática prioritaria abordada

La Problemática Prioritaria abordada se enfoca en la Seguridad Humana debido a que los debates en redes pueden ser pacíficamente argumentativos o llegar a disputas de índoles más violentas que ataquen a estructuras específicas por las desigualdades o brechas que existen entre los usuarios de las redes.

De igual forma, abarca la Cultura con la Memoria Histórica de acontecimientos de relevancia mayor para el Estado Mexicano que comúnmente son discutidos por las repercusiones que ocasionan en hechos de actualidad.

Se busca dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles que se alcance el objetivo 4 que conlleva una Educación de calidad y el objetivo 10 que es la Reducción de desigualdades, lo anterior en el contexto de las redes sociales para que la opinión de todos tenga el mismo peso.

Para llegar a una conclusión se deben conocer qué temas son los que destacan mayor fricción entre los usuarios de Facebook y Twitter.

2 Objetivo

El propósito es conocer y analizar qué tipo de contenidos generan mayor discusión entre los usuarios adultos de mediana edad (40-60 años) dentro las redes sociales Facebook y Twitter mediante métodos de investigación como encuestas y análisis de contenido. De esta forma podremos conocer las actitudes, formas de expresión y hacia donde se dirige la opinión pública del grupo estudiado.

3 Propuesta de solución

Previo a realizar las técnicas y métodos de investigación decidimos informarnos teóricamente y creamos un marco referencial donde conjuntamos diversos artículos científicos que previamente habían estudiado el nacimiento y el funcionamiento de las redes sociales, definían el concepto de adulto de mediana edad, analizaron el comportamiento de los usuarios en Facebook y Twitter. Utilizamos como base de la investigación la teoría de los estudios culturales que habla sobre los grupos sociales y conductas que se crean dentro de la web.

Posterior a la obtención del marco referencial, procedimos a realizar encuestas a un grupo de personas de 40-60 años que nos pudieran compartir sus experiencias personales al momento de utilizar ambas redes. Derivado de los resultados obtenidos continuamos con el análisis de contenidos que tuvieran hashtags o etiquetas relacionadas a los temas más mencionados por los encuestados. Los datos obtenidos de ambas técnicas fueron analizados detalladamente y fueron comprobados con la hipótesis planteada.

4 Discusión de resultados e impactos obtenidos

Con el total de los resultados obtenidos, se comenzó a analizar la parte de la muestra que sí utiliza las redes sociales y la razón por la que lo hace. Nuestra encuesta arrojó que del 100% de la población, el 79% utiliza las redes sociales entre 30 minutos a 2 horas al día. Durante este tiempo la principal actividad que realizan es estar informados respecto a noticias locales o nacionales, siendo la segunda actividad más recurrente el entretenimiento y la sociabilidad con amigos o familiares, mientras que el 15% las utilizan para expresar su opinión. Entre otras actividades se encuentra el trabajo, la educación y negocios.

Lo anterior se relaciona con los temas más presentes en las redes sociales del grupo, entre ellos se encuentran noticias, temas referentes a la familia, el entretenimiento con el 51% de la población y la política con 38.5%, seguido de esto, los temas que aparecen con menos frecuencia son: deportes (20.5) y educación (5.1%).

Cuando a la población que usa las redes sociales se le preguntó si ha dado su opinión ya sea en Twitter o Facebook, el 71% de los participantes dicen que si lo han hecho, siendo el principal tema de opinión las noticias con el 48%, seguidos de temas de amigos/familia (45.7%) y la política (37.1). Ahora bien, cuando se trata de debates en redes sociales solamente el 38.5% ha tenido o participado en uno con el tema de la política (50%) siendo la principal promotora de estos. El segundo tema más discutido tiene que ver con amigos o familia (22.5%).

Gracias a la encuesta anterior confirmamos parte de la hipótesis al afirmar que los temas de política y noticias actuales son los que causan más disputa entre los usuarios de mediana edad en ambas redes sociales.

Derivado del análisis anterior, se procedió a buscar publicaciones y tweets relacionados con los temas de debate de mayor porcentaje entre los encuestados, en este caso fueron la política y las noticias actuales. Al momento de la búsqueda se reportó un incidente derivado de la frágil estructura de la Línea 12 del metro de la Ciudad de México, por lo que se analizó ese tema sumado a las elecciones del próximo 6 de junio del año en curso para la Cámara Federal de diputados y esto permitió generar un espacio en donde ambos tópicos fueron capaces de ser estudiados. Los resultados se muestran en la tabla que está a continuación.

Después de recolectar los datos de las publicaciones se observó que el 0.36% de la población analizada da su crítica u opinión sobre la política en las redes y el 0.31% tomó una postura en

contra del gobierno actual y las acciones que realiza en su localidad. Un 0.29% de la población se expresaba con un lenguaje despectivo o sarcástico, haciendo burla sobre el tema en debate. Y únicamente soñó un 0.02% del total aportaba una opinión a favor del tema o persona en cuestión.

Finalmente, pudimos llegar a la premisa de que sí pueden existir debates con argumentos pacíficos donde todos los involucrados aporten su opinión para el desarrollo de un tema y que, posteriormente, beneficie a los demás al obtener una perspectiva diferente a la propia. También pudimos ver cómo la cultura resaltaba en los comentarios de cada usuario y alzaban la voz al recordar la memoria histórica de acontecimientos pasados similares a los que daban pie a la discusión.

5 Conclusiones y perspectivas futuras

Podemos concluir que los sucesos que ocurren en el exterior repercuten en las redes sociales a velocidades imparables; así como la opinión de las masas afecta la opinión individual de los usuarios y les permite tener un juicio a favor o en contra en los debates. De esta forma las noticias y la política son el principal tema de debate en las redes sociales y gracias a la diversa participación de la población que hay en las redes se puede obtener un conocimiento que no todos los sectores posean.

6 Referencias

1. Cantor-Silva, M., Pérez-Suarez, E., & Carrillo-Sierra, S. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 6(1), 70-77.
2. Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), pp. 1-7. Recuperado de <http://tony-silva.com/eslefl/miscstudent/downloadpagearticles/defgenerations-pew.pdf> el 25 de abril de 2021.
3. Hootsuite (2020) The global state of digital 2020. Recuperado de <https://www.hootsuite.com/pages/digital-2020>, el 25 de abril de 2021.
4. Masip, P., Guallar, J., Suau, J., Ruiz-Caballero, C., & Peralta, M. (2015). News and social networks: Audience behavior. *El profesional de la información*, 24(4), pp. 363-37.
5. Sande, S. (2019). ¿De qué hablamos cuando hablamos de la mediana edad? En Paredes, M. & Monteiro, L. (2019). *Desde la niñez a la vejez*. Montevideo : Teseo. Recuperado de <https://www.teseopress.com/sociologiadelas edades/chapter/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-mediana-edad-anatomia-del-sujeto-envejeciente/> el 27 de abril de 2021 (s.p.).
6. Socialbakers (2011) en Azuela-Flores, J. (2011). Redes sociales en México, una reflexión. *CienciaUAT*, 5(4), pp. 29-33. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441942924009> el 20 de Abril de 2021.
7. Statista (2020). Distribución porcentual de los usuarios de Facebook en México en agosto de 2020, por grupo de edad. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1173474/facebook-usuarios-mexico-edad/> el 25 de abril de 2020.
8. Statista (2021). Distribución porcentual de usuarios de Twitter a nivel mundial en enero de 2021, por grupo de edad. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1203013/porcentaje-de-usuarios-de-twitter-por-grupo-de-edad-mundial/#statisticContainer> el 25 de abril de 2021.
9. Suarez, Bernardo (2014). ¿Qué estás pensando? El dispositivo de enunciación en la red social Facebook. *La Trama de la Comunicación*, (18), pp. 83-93. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323930547005> el 27 de abril de 2021.
10. Vélez, G. (2008). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. *Razón y Palabra*, (61). Fecha de consulta 20 de Abril de 2021. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520720010>.