

## Abordagens dos Estudos de Usos e Usuários da Informação

Professora  
Adriana Bogliolo Sirihal Duarte  
[bogliolo@eci.ufmg.br](mailto:bogliolo@eci.ufmg.br)

### Abordagem alternativa

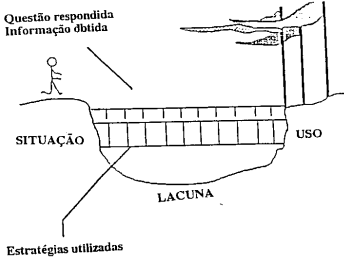
- Enquanto a informação quase sempre tem uma manifestação física, como um documento ou registro, o contexto e o significado da informação se renovam a cada vez que ela chega a um usuário.
- A informação é fabricada por indivíduos a partir de sua experiência passada e de acordo com as exigências de determinada situação na qual a informação deve ser usada.
- Um modelo de uso da informação deve englobar a totalidade da experiência humana: os pensamentos, sentimentos, ações e o ambiente onde eles se manifestam.
- Partimos da posição de que:
  - o usuário da informação é uma pessoa cognitiva e perceptiva;
  - a busca e o uso da informação constituem um processo dinâmico que se estende no tempo e no espaço;
  - o contexto em que a informação é usada determina de que maneiras e em que medida ela é útil.

### Abordagem alternativa

- Os novos estudos de comportamento de usuários se caracterizam por:
  - Observar o ser humano como sendo construtivo e ativo;
  - Considerar o indivíduo como sendo orientado situacionalmente;
  - Visualizar holisticamente as experiências do indivíduo;
  - Focalizar os aspectos cognitivos envolvidos;
  - Analisar sistematicamente a individualidade das pessoas;
  - Empregar maior orientação qualitativa
- As bases desta nova abordagem são:
  - O processo de se buscar compreensão do que seja "necessidade de informação" deve ser analisado sob a perspectiva da individualidade do sujeito a ser pesquisado;
  - A informação necessário e o esforço empreendido no seu acesso devem ser contextualizados na situação real da qual ela emergiu;
  - O uso da informação deve ser dado e determinado pelo próprio indivíduo.

### Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

Metáfora da criação do significado (*Sense Making* de Brenda Dervin)



### Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação


Metáfora da criação do significado (*Sense Making* de Brenda Dervin)

- Iniciada em 1972, publicada em 1983.
- Adotada em áreas de comunicação, informação, biblioteconomia, educação, assistência social e psicologia.
- Autora mais citada pelo Social Science Citation Index nos últimos 2 anos (dados de 1999)
- Amostras de 20 a 1000 elementos.
- Base conceitual com suporte em:
  1. Bruner & Piaget (cognição)
  2. Kuhn & Habermas (constrangimento das ciências tradicionais e alternativas)
  3. Ascroft, Beltran & Rolins (teoria crítica)
  4. Jackins & Roger (terapia psicológica)
  5. Carter (teoria da comunicação → o homem cria idéias para transpor os "vazios" (*gaps*) que lhes são apresentados em decorrência da descontinuidade sempre presente na realidade.

### Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

Metáfora da criação do significado (*Sense Making* de Brenda Dervin)

- A busca e o uso da informação são analisados em termos do triângulo situação-vazio-uso, exemplificado pelas perguntas:
  1. O que, em sua situação, o está bloqueando? O que está faltando em sua situação?
  2. Quais são suas dúvidas ou confusões?
  3. Que tipo de ajuda você espera receber?



## Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

Metáfora da criação do significado (*Sense Making* de Brenda Dervin)

Entrevista da linha do tempo: cada participante deve reconstruir uma situação em termos dos acontecimentos e passos que formaram a linha do tempo da situação.

Compreensão da situação	Compreensão das lacunas	Compreensão dos auxiliares
<ul style="list-style-type: none"><li>■ Que aspecto desta situação o concerne?</li><li>■ Por onde você gostaria de começar?</li><li>■ O que o trouxe à este ponto?</li><li>■ No que você está trabalhando?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ O que parece estar faltando?</li><li>■ O que você está tentando entender?</li><li>■ O que você gostaria de saber a respeito disso?</li><li>■ Você está procurando o sentido de que?</li><li>■ Que confusões você está tentando superar?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ O que o ajudaria?</li><li>■ O que você está tentando fazer?</li><li>■ Você se vê indo para que direção?</li><li>■ Como você planeja usar isso?</li></ul>

## Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

Metáfora da criação do significado (*Sense Making* de Brenda Dervin)

Pelo modo como as pessoas percebem seus vazios cognitivos e como desejam informações para ajudá-las a prever seu comportamento de busca e uso de informação.

Os modos como as pessoas percebem seus vazios cognitivos e como desejam informações para ajudá-las podem ser codificados em categorias universais aplicáveis a diferentes grupos de usuários da informação.

Três grupos de categorias:

- Motivo das paradas (do ponto de vista do usuário)
- Perguntas para transpor o vazio
- Uso da informação

## Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

Paradas de situação: grupo de categorias desenvolvidas para descrever a maneira pela qual as pessoas vêem o caminho à sua frente sendo bloqueado:

- Parada de decisão: dois ou mais caminhos
- Parada de barreira: bloqueio da passagem
- Parada rotatória: sem caminho à frente
- Parada de inundação: a estrada desapareceu
- Parada problemática: em estrada que não escolheu
- Outras categorias dependem de a pessoa julgar o entorno do ponto de vista perceptivo (quanta neblina há na estrada), situacional (quantas interseções tem a estrada) e social (quantas pessoas viajam na mesma estrada).

## Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

- Perguntas que visam transpor o vazio
  - Localizar os acontecimentos no tempo e no espaço
  - Entender suas causas
  - Determinar quais resultados são esperados
  - Definir as características da pessoa, dos outros, dos acontecimentos e dos objetos.

## Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

- Como as pessoas põem em prática a informação obtida
  - Criar idéias
  - Encontrar direções ou caminhos
  - Adquirir capacidades
  - Obter apoio ou confirmação
  - Motivar-se
  - Conectar-se aos outros
  - Acalmar-se ou relaxar
  - Sentir prazer ou felicidade
  - Alcançar os objetivos

## Necessidades cognitivas na busca e no uso da informação

Belkin, Oddy e Brooks construíram um modelo de busca de informação baseado nos estados anômalos de conhecimento (ASK – Anomalous states of knowledge) dos usuários de informação:

Nosso estado de conhecimento sobre determinado assunto, em determinado momento, é representado por uma estrutura de conceitos ligados por suas relações: nossas "imagens de mundo". Quando constatamos uma deficiência ou uma anomalia desse estado, encontramos-nos num estado anômalo de conhecimento. Tentamos obter uma informação ou informações que corrigirão essa anomalia. Disso resultará um novo estado de conhecimento.

Nesse modelo, os usuários possuem um problema, mas nem o problema nem a informação necessária para resolvê-lo são claramente compreensíveis (eles são anômalos). Os usuários devem passar por um processo de clarificação para articular uma requisição de busca.

## Reações emocionais na busca e no uso da informação

• Kuhlthau divide o processo de busca de informação em seis estágios: iniciação, seleção, exploração, formulação, coleta e apresentação.

• Cada estágio do processo de busca caracteriza-se pelo comportamento do usuário em três campos de experiência:

- o emocional (sentimentos),
- o cognitivo (pensamento) e
- o físico (ação).

## Reações emocionais na busca e no uso da informação

Estágios	Tarefa apropriada	EMOCIONAL: Sentimentos comuns	COGNITIVO: Pensamentos	FÍSICO: Ações
Iniciação	Reconhecer as necessidades de informação	Insegurança e apreensão	Se concentram no problema e o relacionam com experiências passadas	Discutir possíveis tópicos e abordagens com outras pessoas
Seleção	Identificar um campo ou tema geral a ser investigado	Otimismo e prontidão para buscar	Escolher um tema que tenha probabilidade de sucesso	Procurar informações secundárias dentro do tema geral
Exploração	Expandir sua compreensão sobre o tema geral	Confusão, dúvida, frustração	Tornar-se bem informado e orientado	Formular um foco ou ponto de vista pessoal
Formulação	Estabelecer o foco ou perspectiva sobre o problema	Clareza	Mais claros e mais direcionados	
Coleta	Reunir as informações pertinentes ao foco	Senso de direção, confiança, interesse no projeto	Interesse aumentado	Interagir com sistemas e serviços de informação Especificar e procurar determinada informação
Apresentação	Completar a busca de informação	Alívio e satisfação OU desapontamento	Compreensão das questões investigadas	Usar a informação

## Reações emocionais na busca e no uso da informação

Fundamental no modelo do processo de busca da informação tanto de Belkin quanto de Kuhlthau é a noção de que a incerteza – vivenciada tanto como estado cognitivo quanto como reação emocional – aumenta e diminui à medida que o processo caminha.

As implicações do princípio da incerteza são elucidadas por meio de seis corolários.

1. A busca da informação é um processo de construção de conhecimento e significado.
2. A formulação de um foco ou de um ponto de vista é o ponto de mutação do processo de busca.
3. A informação encontrada pode ser redundante ou original
4. O número de possibilidades de uma pesquisa é influenciado pelo estado de espírito do usuário (investigativo / indicativo) e sua atitude em relação à tarefa de busca
5. O processo de busca implica uma série de escolhas pessoais, baseadas nas expectativas do usuário sobre que fontes, informações e estratégias serão eficientes.
6. O interesse e a motivação do usuário crescem à medida que a busca prossegue.

## Dimensões situacionais na busca e no uso da informação

A utilidade ou o valor da informação é medido não só pela importância do assunto ou pelo fato de seu conteúdo satisfazer plenamente determinado tópico ou pesquisa, mas também pelos requisitos, normas e expectativas que dependem do trabalho do usuário e dos contextos organizacionais.

Ambientes do uso da informação: elementos que

1. Afetam o fluxo e o uso das mensagens que entram, saem ou circulam dentro de qualquer entidade;
2. Determinam os critérios pelos quais o valor das mensagens pode ser julgado.

Categorias: grupos de pessoas, dimensões do problema, ambiente de trabalho e pressupostos para a solução dos problemas.

## Dimensões situacionais na busca e no uso da informação

Grupos de pessoas	Problemas típicos	Ambientes de trabalho	Solução de problemas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profissionais</li> <li>• Empresários</li> <li>• Grupos de interesse</li> <li>• Grupos sócio-econômicos especiais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os problemas são dinâmicos</li> <li>• Diferentes tipos de problemas são criados por força da profissão, cargo, condição social, etc.</li> <li>• As dimensões do problema determinam os critérios para julgar o valor da informação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura e estilo da organização</li> <li>• Campo de interesse</li> <li>• Acesso à informação</li> <li>• História, experiência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pressupostos sobre o que constitui a resolução de um problema</li> <li>• Modos de uso da informação</li> <li>• Atributos da informação esperados para solucionar um problema.</li> </ul>

## Dimensões situacionais na busca e no uso da informação

- Problemas mudam com o tempo.
- Problemas atuam como substitutos do ambiente de uso da informação.
- Definir as dimensões do problema permite inferir as necessidades de informação.
- Os problemas se posicionam num *continuum* entre os seguintes pares:
  - Planejamento e descoberta
  - Bem estruturado e mal estruturado
  - Simples e complexo
  - Objetivos específicos e objetivos amorfos
  - Estado inicial compreendido e não compreendido
  - Pressupostos acordados e não acordados
  - Padrões familiares e novos padrões
  - Risco de pequena ou de grande magnitude
  - Suscetível ou não de análise empírica
  - Imposição interna e imposição externa

## Comportamentos de necessidade, busca e uso da informação

### NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

- Taylor descreve quatro níveis de necessidade de informações evidentes nos usuários:
  - Visceral – vaga sensação de insatisfação, um vazio de conhecimento que quase sempre é inexprimível em termos lingüísticos.
  - Consciente – área de indecisão que pode ser descrita mentalmente através de afirmações vagas ou narrativas ambíguas.
  - Formalizada – uma necessidade apontada formalmente, normalmente através de uma pergunta ou um tópico.
  - Adaptada – a questão conforme apresentada para o sistema de informação.

## Comportamentos de necessidade, busca e uso da informação

### BUSCA DE INFORMAÇÃO

- Khulthau → busca da informação em seis estágios: iniciação, seleção, exploração, formulação, coleta e apresentação.
- Marchionini → busca da informação em ambiente eletrônico em oito subprocessos que se desenvolvem paralelamente:
  - Reconhecer e aceitar um problema de informação
  - Definir e entender o problema;
  - Escolher um sistema de busca;
  - Formular questões;
  - Executar a busca;
  - Examinar os resultados;
  - Extrair informações;
  - Refletir e repetir ou parar.

## Comportamentos de necessidade, busca e uso da informação

### BUSCA DE INFORMAÇÃO

- Ellis → oito atividades genéricas de busca (modelo comportamental derivado do estudo dos padrões de busca de cientistas sociais, físicos e químicos):
  - Iniciar → identificar fontes que podem servir como ponto de partida.
  - Encadear → seguir novas fontes sugeridas pelas fontes iniciais.
  - Vasculhar → agrupar informações relacionadas pelo tema.
  - Diferenciar → filtrar e selecionar fontes.
  - Monitorar → manter-se a par dos progressos ocorridos numa área, acompanhando regularmente determinadas fontes.
  - Extrair → explorar sistematicamente uma ou mais fontes.
  - Verificar → checagem para garantir correção ou ausência de erros óbvios.
  - Finalizar → voltar a literatura após a conclusão de uma pesquisa, na fase de escritura do texto.

## Comportamentos de necessidade, busca e uso da informação

### O processo de busca de informação no Arquivo Público do Estado do Maranhão: estratégias metacognitivas...

Ellis, Cox e Hall (1993)

- Iniciar:** quais os métodos empreendidos ao começar uma busca de informação?
- Encadear:** no processo de busca é feita alguma conexão entre as referências localizadas?
- Navegar:** você faz alguma busca de informação casual na sua área de interesse?
- Diferenciar:** a informação obtida passa por alguma filtragem?
- Monitorar:** como você se mantém atualizado?
- Extrair:** é feita alguma seleção de documentos em uma fonte de informação?
- Verificar:** as informações verificadas são cheçadas?
- Finalizar:** quando o processo de busca de informação termina?

Estratégias Metacognitivas

- Agregação de valor (AV):** o indivíduo cria conceitos ou atributos que orientam a tomada de decisão em seguir ou escolher um dado caminho
- Aproximações sucessivas (AS):** ocorre quando o indivíduo estabelece passos em que vai tentando as possibilidades, visando se aproximar, paulatinamente, do objetivo esperado
- Compreensão monitorada (CM):** acontece quando o sujeito parte do conteúdo, onde visualiza as possíveis possibilidades no contexto em que cada passo está sendo dado.

## Comportamentos de necessidade, busca e uso da informação

### USO DA INFORMAÇÃO

O indivíduo seleciona mensagens entre um grupo maior de mensagens que recebe ou acompanha.

Faz a escolha quando percebe uma relação significativa (com base em seu conhecimento e sua rede de referências, assim como no conteúdo e na forma da mensagem) entre o conteúdo da mensagem e a tarefa ou problema que tem em mãos.

O resultado do uso da informação é uma mudança no estado de conhecimento do indivíduo ou de sua capacidade de agir.

A relevância é considerada um bom indicador do uso da informação.

## Comportamentos de necessidade, busca e uso da informação

### USO DA INFORMAÇÃO

Do ponto de vista do sistema, um documento é relevante para uma pesquisa quando existe um consenso, entre os que atuam naquele campo, de que é importante.

De uma perspectiva humana, a relevância é:

- Subjetiva
- Cognitiva
- Situacional
- Multidimensional
- Dinâmica
- Mensurável

Relevância versus Pertinência

## Comportamentos de necessidade, busca e uso da informação

### USO DA INFORMAÇÃO

Classes de usos:

1. Esclarecimento
2. Compreensão do problema
3. Instrumental
4. Factual
5. Confirmativa
6. Projetiva
7. Motivacional
8. Pessoal ou política

## Um modelo de uso da informação

Meio social ou profissional (ambiente de uso da informação)		
Grupos de pessoas	Meio profissional: Organização	Solução do problema
Problemas Típicos	Campo de tarefa Acesso à informação	Tipos de Informação

Necessidades cognitivas (modelo de criação do significado)		
Paradas situacionais Vazios enfrentados	Estratégias para superar o vazio	Categorias de uso (ajuda)

Reações emocionais (processo de busca da informação)		
Incerteza, confusão ansiedade	Confiança objetivo, clareza	Alívio, satisfação, decepção



## Referências

- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila . Estudos de usuários: pluralidade teórica, diversidade de objetos. Comunicação oral apresentada ao GT03 – Mediação, Circulação e Uso da Informação do IX ENANCIB. In: *Anais do IX ENANCIB* , 2008.
- BARROS, Dirlene Santos e NEVES, Dulce Amélia de Brito. O processo de Busca de Informação no Arquivo Público do Estado do Maranhão: estratégias metacognitivas desenvolvidas pelos usuários. In: FREIRE, Gustavo Henrique de Araújo (org.), *A responsabilidade social da Ciência da Informação* , Anais do X Enancib, João Pessoa, out. 2009, p. 1075-1091.
- CHOO, C. W. Como ficamos sabendo – um modelo de uso da informação. In: \_\_\_\_\_, *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Editora Senac, 2003. cap. 2, p. 63-120.
- DERVIN, Brenda; NILAN, Michael. Information needs and uses. In: WILLIAMS, Martha E. (ed). *Annual Review of Information Science and Technology*, v. 21, Chicago, IL: Knowledge Industry Publications, 1986, p. 03-33.
- FIGUEIREDO, Nice Menezes de. Estudos de usuários. In: \_\_\_\_\_. *Estudos de uso e usuários da informação* . Brasília: IBICT, 1994. cap. 1. p. 7-19
- KULTHAU, C. Inside the Search Process: Information Seeking from the User's Perspective, *Journal of the American Society for Information Science*, vol. 42, pp. 361-371, 1991.
- LIMA, Ademir Benedito Alves de. Estudos de usuários. In: \_\_\_\_\_. *Aproximação crítica à teoria dos estudos de usuários de biblioteca* . Londrina: Embrapa-CNPso; Brasília: Embrapa-SPI, 1994. p. 46-85.