

COMPORTAMENTO INFOCOMUNICACIONAL: perspectivas sobre definição, práticas e modelos de estudos

Luciana Ferreira da Costa

Doutora em História e Filosofia da Ciência pela Universidade de Évora, Portugal. Professora da Universidade Federal da Paraíba.

E-mail:

lucianna.costa@yahoo.com.br

Francisca Arruda Ramalho

Doutora em Ciências da Informação pela Universidad Complutense de Madrid, Espanha. Professora emérita da Universidade Federal da Paraíba.

E-mail: arfrancisca@hotmail.com

RESUMO

Apresenta reflexões em torno do tema comportamento infocomunicacional. Para tanto, aborda a evolução, as áreas de conhecimento contributivas às discussões e as tendências do comportamento infocomunicacional na era da informação. Discorre sobre os modelos de estudos de comportamento informacional a infocomunicacional que se dedicam a aportar - teórica e empiricamente - pesquisas sobre as formas de ser, pensar, agir e se manifestar dos indivíduos no mundo contemporâneo, visto que a condição de atuação destes em relação à informação e à comunicação mudou profundamente com a evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação.

Palavras-chave: Comportamento informacional. Comportamento infocomunicacional. Modelos de estudos.

**INFOCOMMUNICATIONAL BEHAVIOR:
perspectives about definition, practical and studies of
models**

ABSTRACT

It presents reflections on the theme infocomunicational behavior. To do so, approach evolution, as contributory knowledge areas to the discussions and as informational behavior trends in the information age. It discusses the models of studies of informational behavior to infocomunicacional that are dedicated to contribute - theoretical and empirically - and about ways of being, thinking, acting and manifesting of the people in the world, information and communication has changed with the evolution of the Technologies of Information and Communication.

Keywords: Informational behavior. Infocommunicational behavior. Models of studies.

1 APRESENTAÇÃO

O presente artigo, tendo como ponto de partida a compreensão de que todo indivíduo desenvolve certos comportamentos na interação com a informação e,

conseqüentemente, com sua comunicação, tem como objetivo refletir sobre o comportamento infocomunicacional. Para tanto, apresenta as tendências e os modelos que se dedicam a aportar - teórica e empiricamente - as reflexões acerca deste tipo de comportamento.

O entendimento do comportamento infocomunicacional - seja individual, de grupos e/ou de organizações - passou a constituir uma preocupação de diversas áreas de conhecimento que se dedicam aos estudos de comportamento. Sobre isto, Silva et al. (2011, p. 1312) reforçam que “não alheias ao contexto global, diversas áreas do conhecimento têm empreendido esforços consideráveis na investigação dos comportamentos informacionais, principalmente na *information literacy* [...]”. Os citados autores destacam as áreas da Ciência Informação e da Educação como as que tem se dedicado aos processos de mediação, circulação e apropriação da informação.

O termo comportamento infocomunicacional se apresenta atual no contexto da sociedade contemporânea, suscitando a ampliação do conhecido conceito de comportamento informacional na articulação das práticas informacionais e comunicacionais como relacionamento, socialização, liderança, poder, estruturas, processos, aprendizagem, inteligência, motivação, satisfação, tomada de decisão, dentre outros.

Desse modo, considera-se importante sublinhar que a motivação por refletir sobre o comportamento infocomunicacional tem sua raiz na trajetória de ensino, pesquisa, orientação e produção científica das autoras, no âmbito das áreas da Biblioteconomia e Ciência da Informação, sobre os Estudos de usuários, Comportamento Informacional e Comportamento Infocomunicacional.

Em termos estruturais, além desta contextualização inicial, o presente artigo apresenta o surgimento dos estudos de usuários ou estudos de necessidades e busca de informação ou, ainda, comportamento informacional enfocando a sua evolução. Em seguida, aborda-se a conceituação de comportamento infocomunicacional, situando as áreas de conhecimento e suas possíveis contribuições para estudos dedicados a este tipo de comportamento. Na seção sequêcia discute-se o comportamento infocomunicacional em relação às gerações para depois apresentar os modelos de estudos de comportamento informacional e infocomunicacional. Por fim, são apresentadas as considerações finais.

2 DAS ORIGENS PELOS ESTUDOS DE USUÁRIOS AOS ESTUDOS DE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL

Para tratar o comportamento infocomunicacional, considera-se pertinente revisitar sua origem: os estudos de usuários da informação.

Na literatura é comum se deparar com autores que consideram que os estudos orientados aos usuários da informação¹ surgiram a partir dos trabalhos de John Bernal e Donald Urquhart, apresentados por ocasião da Conferência de Informação Científica da *Royal Society of London* em 1948 (COSTA, SILVA; RAMALHO, 2009).

Contudo, de acordo com Araújo (2010), estudos anteriores realizados com a fundação da *Graduate Library School* da *University of Chicago*, na década de 1930, podem concorrer à origem dos estudos de usuários. Isto porque a citada instituição já se dedicava à pesquisa acerca dos hábitos de leitura e do potencial socializador de sua biblioteca universitária. Nos estudos da *Graduate Library School* da *University of Chicago*, diversas instituições e equipamentos sociais e urbanos foram convocados com o objetivo de conhecer a grande leva de imigrantes acolhida na época e de ajudar na assimilação da cultura americana.

Os estudos de usuários passaram por diversas e diferentes fases durante a segunda metade do século XX, sendo incorporados às práticas de pesquisa da Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação, assumindo, também, a denominação de estudos de comportamento informacional (FERREIRA, 1997; CHOO, 2003; COSTA, 2008). Acerca das diversas e diferentes dos estudos de usuários, recomenda-se os estudos de Ferreira (1997) e de Costa e Ramalho (2010), os quais elecam a origem destes estudos cronologicamente a partir de 1940 até a primeira década do século XXI².

O primeiro modelo preocupado com os estudos sobre o comportamento informacional foi elaborado por Thomas Daniel Wilson em 1981, como consequência da evolução dos primeiros estudos de usuários, dedicando-se a refletir melhorias para os sistemas de informação, observando as características dos indivíduos na interação com o

¹ Especificamente abordando a maneira como cientistas e técnicos procediam para obter informação, ou como usavam a literatura de suas áreas.

² Acredita-se que uma nova fase se iniciou a partir da década de 2010 propiciada pelas inovações tecnológicas, que agregaram aos estudos de comportamento informacional novas possibilidades e abordagens disciplinares. Passou-se a contemplar as plataformas de informação e comunicação cada vez mais móveis, *social media*, *cloud computing* e *big data*, que conectam coleções, culturas e comunidades. Temáticas dos últimos eventos internacionais e publicações, como os realizados por meio da *Association for Information Science and Technology* - ASIS&T (2014).

sistema, levando em consideração as necessidades dos indivíduos e o uso da informação por parte destes. No ano de 1996, Wilson, em sua obra intitulada *Information behavior: an interdisciplinary perspective*, destinou o seu capítulo sete, por sua vez intitulado *A revised general model of information behaviour* a uma breve revisão do seu modelo de 1981 (WILSON, 1981, 1996). Posteriormente, Wilson (2000) propôs um segundo modelo de compreensão dos estudos de usos e usuários da informação, referindo-se ao comportamento informacional como todas as ações executadas pelo indivíduo em direção às fontes de informação e aos canais de comunicação, concretizando o uso da informação. De acordo com Wilson, comportamento informacional diz respeito ao comportamento humano relacionado às fontes e canais de informação, incluindo a busca ativa e passiva de informação e o uso da informação, guiados por necessidades reais sentidas.

Apesar da proposta de Wilson ter sido adotada na última década por diversos pesquisadores, argumentos contrários foram levantados sustentados “na ideia de que o termo ‘comportamento’ poderia ser associado, inapropriadamente, ao paradigma behaviorista da psicologia”, além “da ótica semântica, o termo seria inadequado pelo fato de que informação não possui comportamento” (GASQUE; COSTA, 2010, p. 29). Somando-se a tais argumentos, não se pode negar a tradição do termo estudos de usuários, herdada da Biblioteconomia e Documentação, presente até os dias atuais no discurso e na prática da Ciência da Informação como demonstram Costa (2008), Costa, Silva e Ramalho (2009), Araújo (2010), Kafure *et al.* (2013), Rocha e Duarte (2013), Vieira e Karpinski (2019), dentre outros autores.

A esse respeito, Gasque e Costa (2010) asseveram que no cenário brasileiro, embora se observe a emergência de pesquisas sob o título de comportamento informacional, estas ainda são reconhecidas como estudos de necessidades contidos no escopo dos estudos de usuários, diferentemente do contexto internacional:

O tema 'comportamento informacional' tem sido bastante explorado no Arist. Substitui a nomenclatura utilizada nos trabalhos anteriormente denominados 'necessidades e uso de informação'. Em termos quantitativos, foram 15 revisões até o momento, sendo que a década de 1970 mostra-se a mais profícua (cinco revisões) apesar de a década de 2000, ainda não completada, mostrar-se com boa produtividade (quatro). Considerando-se a evolução dos estudos de comportamento informacional desde a primeira revisão do Arist (1966), até a última, em 2009, percebem-se mudanças significativas no foco dos trabalhos [...] (GASQUE; COSTA, 2010, p. 31)

Seja nos estudos de usuários ou nos estudos de comportamento informacional, é perceptível a frequência do que chamamos de conceitos-chave, como: necessidades, busca e uso da informação. Por esta razão, traz-se aqui uma descrição propedêutica destes conceitos-chave. A necessidade de informação já havia sido descrita por Wilson (1981) como um processo de tomada de decisão, solução de problemas ou alocações de recursos. Desta forma, “o conhecimento das necessidades de informação permite compreender por que as pessoas se envolvem num processo de busca da informação. O que levaria uma pessoa a buscar, então, informação?” Fatores como a existência de um problema a resolver, de um objetivo a atingir e/ou a constatação da insuficiência ou inadequação de um dado conhecimento (LE COADIC, 1996, p. 39-40). A busca de informação dá-se, conforme Wilson (2000), pela constatação de uma necessidade de informação com vistas a satisfazer esta necessidade. Assim, o indivíduo parte, intencionalmente, em busca de informação para o alcance de um objetivo. Por sua vez, o uso da informação se refere à satisfação da necessidade de informação constatada, portanto, como enfoca Le Coadic (1996, p. 39), usar a informação “é trabalhar com a matéria informação para obter um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação”.

Enveredando pelo contexto organizacional, Woida e Valentim (2008, p. 95-96) apresentam que o comportamento informacional está relacionado à cultura informacional existente na organização como resultado da incorporação e da prática de elementos desta cultura, que concede à informação o devido valor, conseqüentemente possibilitando que esse valor seja transformado em ações de busca, captura, aquisição, compartilhamento e uso para a tomada de decisão. Para Davenport e Prusak, (1998), o gerenciamento do comportamento ligado à informação possibilita aperfeiçoar a eficácia e eficiência do ambiente organizacional a qual se referem, com reflexo direto no processo decisório, na cultura organizacional e nos resultados de forma mais estratégica e competitiva.

Evidencia-se, assim, a importância do conhecimento sobre o comportamento para além da definição informacional relacionado à diversidade das organizações (sejam públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos, incluindo as organizações não governamentais), rumo à perspectiva infocomunicacional, abrangendo tanto o comportamento daqueles indivíduos pertencentes às organizações (gestores e colaboradores) quanto daqueles externos a elas (fornecedores, financiadores, fiscalizadores, avaliadores e, principalmente, consumidores/usuários/clientes reais e em

potencial, cidadãos comuns). Isto, porque, quando tratamos de indivíduos não se pode esquecer que suas características de personalidade, suas expectativas, seus objetivos pessoais e histórias particulares determinam seu comportamento. E, por conseguinte, seu comportamento é orientado para a satisfação de necessidades e alcance de objetivos, sejam pessoais ou direcionados para favorecimento dos coletivos ou organizações das quais participam ou estão inseridos na sociedade. O exposto é ratificado nas palavras de Barcia (2004, p. 31) ao dizer que “os sentimentos, a sensibilidade e as emoções são considerados como qualidades inerentes aos seres humanos das quais eles não se desvestem ao entrar em uma organização”.

Beal (2008) assevera que investir e melhorar o comportamento dos indivíduos com relação à informação, e acrescentamos a forma de comunicá-la, gera benefícios concretos, possibilitando banir as barreiras organizacionais na dinâmica da comunicação de informações e conhecimentos úteis para o desenvolvimento positivo dos processos organizacionais, evitando, ainda, ineficiências causadas tanto pela sobrecarga quanto pela dificuldade de obtenção de informações essenciais. Portanto, parafraseando Guinchat e Menou (1994), o elemento mais importante de uma organização, entendendo-a como um complexo sistema social, ainda é o indivíduo. Daí a necessidade de as organizações realizarem ações para conhecimento do comportamento informacional dos indivíduos com quem mantêm relacionamento ou que desejam se relacionar. A promoção e utilização de estudos sobre o comportamento informacional dos indivíduos por parte das organizações podem contribuir como influenciar, motivar, ou mesmo determinar as necessidades e seus modos de ser, agir e pensar destes indivíduos em favor dos objetivos organizacionais. O propósito, então, é desvelar/investigar este comportamento para atenção/satisfação dos indivíduos. Não faltam advérbios interrogativos: Quem? O que? Para quê? Por quê? Como? Quando? Com quem? Onde? Para onde? As razões, por sua vez, dependem da tipologia e dos interesses de cada organização (lucro, bem-estar social, *empowerment*, participação, conscientização, acessibilidade, inclusão, formação e, até manipulação).

Em face das tecnologias cada vez mais onipresentes no cotidiano dos indivíduos, de modo extensivo às suas práticas sociais (regidas a partir e sobre as suas relações com informação e a comunicação), o ambiente ou contexto social das organizações se apresenta cada vez mais dinâmico, sob uma interconexão de estruturas físicas, virtuais e híbridas. Nesta perspectiva, no início da segunda década deste século – XXI - surgiu a

adjetivação infocomunicacional ao termo comportamento, como uma extensão/evolução conceitual do comportamento informacional.

3 POR UMA DEFINIÇÃO DE COMPORTAMENTO INFOCOMUNICACIONAL

Inicia-se por referir o que se acredita que diria René Descartes (2006) nos dias atuais: Informo(-me) e comunico(-me), logo existo!

Sobre a origem do termo Comportamento infocomunicacional, mesmo encontrando na literatura científica internacional expressões, por exemplo, em língua inglesa como *infocommunication* ou *info-communication*, *digital social behavior*, *information behavior*, ou em língua francesa como *médiations info-communicationnelles*, *pratiques info-communicationnelles*, *activités info-communicationnelles*, atribuímos a origem e a difusão da nomenclatura de comportamento infocomunicacional em língua portuguesa às pesquisas e às publicações lusitanas, de modo particular, da Faculdade de Letras da Universidade do Porto e do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro, através da investigação, do desenvolvimento e da inovação do Programa Interinstitucional de Doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais (ICPD) sob a responsabilidade das duas instituições. Ressalta-se a abordagem sistemática da mediação tecnológica em contextos de informação e comunicação na perspectiva das áreas científicas de Ciências e Tecnologias da Comunicação, Ciências da Comunicação e Ciência da Informação incentivadas/realizadas por este programa (PROGRAMA..., 2014).

Daí o nexos entre informação e comunicação (como infocomunicacional) diante de práticas informacionais e comunicacionais relacionadas, de modo indissociável, no contexto contemporâneo. Nesta perspectiva, teses e outros trabalhos científicos já foram produzidos e publicados acerca desta conexão (MIRANDA, 2010; SILVA; SILVA; ZAIDAN, 2011a; 2011b; SILVA; SILVA, 2012; BEITES, 2014; LIEDKE, 2014), respaldados, ainda, pelas atividades da unidade de investigação do ICPD, denominada de *Communication Sciences and Technologies Research Centre - CETAC.MEDIA* (2014).

Iniciativas brasileiras também se somam ao uso da nomenclatura e à construção conceitual de comportamento infocomunicacional em língua portuguesa, como, no ano de 2012, a realização do *Seminário de Competências Infocomunicacionais e Participação Social* – promovido pelo Grupo de Estudos de Políticas de Informação, Cultura e

Comunicações (GEPICC) da Universidade Federal da Bahia (UFBA, 2012) – e da *2ª Jornada Científica Internacional da Rede Franco-Brasileira de Pesquisadores em Mediações e Usos Sociais de Saberes e Informação* (MUSSI), sob a temática *Redes e processos info-comunicacionais: mediações, memórias, apropriações* – promovida pelo Grupo de Pesquisa Cultura e Processos Info-comunicacionais (CULTICOM) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) (2014).

Nesta perspectiva, com base em Borges e Oliveira (2011) e Borges *et al.* (2012), destacam-se práticas que vêm caracterizando a tendência contemporânea do comportamento infocomunicacional dos indivíduos: perceber que seu problema é passível de ser solucionado com informação; conhecer as principais fontes de informação e os canais de comunicação de acordo com suas necessidades (banco de dados, sítios eletrônicos especializados, motores de busca etc.); escolher sistemas de busca adequados ao tipo de informação necessária; traduzir a necessidade de informação para uma terminologia de busca; compreender os diferentes formatos de informação; compreender e interpretar as informações recuperadas; avaliar as informações quanto a aspectos como pertinência, confiabilidade, correção e veracidade; verificar as fontes quanto à fidedignidade; diferenciar informação factual de opinião; selecionar informação pertinente; comparar informações entre si e com o conhecimento prévio; manter um senso de orientação entre as várias fontes; resumir a informação; organizar a informação de forma a recuperá-la para um uso atual e futuro; demonstrar capacidade de seleção e reaproveitamento do conteúdo, considerando aspectos éticos e legais; criar conteúdos/produtos informacionais (vídeos, áudios, imagens, textos etc.) em ambientes digitais; comunicar conteúdos/produtos informacionais em ambientes digitais; compreender e responder as mensagens recebidas; conseguir expressar suas ideias; adequar a mensagem e o meio, considerando as características do receptor; propiciar que o receptor tenha oportunidade de resposta; participar em redes e comunidades virtuais de acordo com seus interesses; compartilhar informações, vivências, experiências em *social media*; elaborar conteúdos de forma colaborativa/compartilhada através de *social media* como, como *wikis, blogs, fóruns* etc.; mobilizar as *social media* para disseminar ideias, encontros de grupos cada vez maiores e conseguir ajuda quando precisar; conseguir trabalhar em cooperação via sistemas organizacionais *online* às *social media*; contribuir com seu próprio conhecimento; argumentar e defender opiniões; discriminar mensagens indesejáveis, como *spams* e vírus; julgar questões de privacidade e segurança

antes de disponibilizar informações; compreender as consequências de uma publicação *on-line*; considerar aspectos legais e éticos da informação e da comunicação; denunciar publicações/manifestações de ideologias racistas ou atitudes fundadas em preconceitos; enfrentar/superar obstáculos comunicacionais dos mais diversos no uso de informações; e avaliar a própria comunicação; etc.

Nesse sentido, expõe-se no Quadro 1 algumas das principais áreas de conhecimento possíveis de serem conectadas e suas respectivas contribuições para as investigações acerca dos estudos de comportamento infocomunicacional, desde a perspectiva do indivíduo, do grupo ou do sistema organizacional em sua totalidade:

Quadro 1 – Áreas de conhecimento e contribuição para estudos de comportamento infocomunicacional

| Áreas | Contribuição |
|--------------------------------------|---|
| Ciência da Informação | Fontes e canais de informação; Práticas informacionais; Busca de informação; Uso de informação; Produção de informação; Acesso à informação; Transferência de informação; Compartilhamento de informação; Barreiras informacionais |
| Comunicação Social | Comunicação e linguagem; Cibercultura; <i>Mass media</i> ; Mídias sociais tradicionais e digitais; (<i>Digital</i>) Marketing; Publicidade e propaganda; Liberdade de expressão e censura; Dispositivos móveis de comunicação; Comunicação organizacional; Obstáculos comunicacionais |
| Administração | Planejamento; Organização; Execução; Controle; Avaliação; Comportamento organizacional; Processo decisório; Gestão da informação e do conhecimento; Inovação |
| Psicologia | Aprendizagem; Necessidades e Motivação; Personalidade; Percepção; Treinamento; Liderança; Satisfação no trabalho; Tomada de decisão; Avaliação de desempenho; Avaliação de atitude; Seleção; Projeto no trabalho; <i>Stress</i> no trabalho |
| Psicologia Social | Mudança de comportamento; Mudança de atitude Comunicação; Processos de grupo; Tomada de decisão em grupo |
| Sociologia | Dinâmica de grupo; Equipe de trabalho; Comunicação e Representação; Poder; Conflito; Comportamento intergrupar; Teoria da organização formal; Burocracia; Tecnologia organizacional; Mudança organizacional; Cultura Organizacional |
| Antropologia | Valores comparativos; Atitudes comparativas; Análise intercultural; Etnografia; Cultura organizacional; Ambiente organizacional |
| Ciência Política | Conflito; Política intraorganizacional; Poder |
| História | Fontes históricas; Pesquisa histórica; Crítica histórica; Abordagem biográfica/prosopográfica |
| Ciências da Computação e Engenharias | Estatísticas aplicadas; Tecnologias da informação e comunicação; Design e Web; Arquitetura da informação; Experiência do usuário; Redes e Sistemas de informação; Ambientes e ferramentas digitais; Usabilidade; Ergonomia física e cognitiva; Acessibilidade e portabilidade |
| Filosofia | Filosofia da Ciência; Ontologia; Filosofia da Linguagem; Retórica; Teoria da Argumentação; Teoria da Ação Comunicativa; Filosofia da Informação; Ética profissional; Ética da Informação |

| | |
|----------|---|
| Educação | Aprendizagem; Educação formal e informal; Educação técnica e profissionalizante; Educação superior; Educação ao longo da vida; Cognição; Inteligência e Inteligências Múltiplas; Educação e Trabalho; Currículo |
|----------|---|

Fonte: Adaptado e ampliado pelas autoras com base em Chiavenato (2005)

É possível afirmar que a convergência das áreas, por meio de seus arcabouços teórico e prático, pode viabilizar profícuos debates. Tais debates e aportes podem ter origem tanto nas contribuições unitárias disciplinares quanto nas conexões entre as áreas. Assim, costurando-se por entre limites disciplinares, ou por outras vezes rompendo limites, podemos compreender a evolução/ampliação do conceito de comportamento informacional para comportamento infocomunicacional.

4 COMPORTAMENTO INFOCOMUNICACIONAL DAS GERAÇÕES ADVINDAS DA ERA DA INFORMAÇÃO

O conhecimento sobre o comportamento infocomunicacional é uma exigência na sociedade e na cultura contemporâneas. Esse conhecimento e seu uso implicam em novas relações sócio-técnicas e na sobrevivência de outros indivíduos e/ou coletivos, por meio de relacionamentos afetivos, pessoais, organizacionais; relações de marketing, serviços, comerciais; e/ou relações criativas/informacionais/comunicacionais/cognitivas/inovadoras.

Em outra perspectiva, uma má utilização (ou o desconhecimento) desse conhecimento sobre o comportamento infocomunicacional dos indivíduos pode resultar, por sua vez, na construção de imagens negativas de outros indivíduos e/ou coletivos, em sua desarticulação/ineficiência potencializada para fins de competitividade, o que pode resultar até em falência de organizações.

O financiamento/investimento econômico, portanto, em pesquisas que possam revelar o comportamento infocomunicacional de acordo com interesses organizacionais, sobre segmentos de mercado, serviços utilizados, etc. na incrementação de produtos e sua comercialização, principalmente através das TIC, é cada vez mais comum e constante. Dessa forma, esses estudos têm se voltado desde ações sociais, comércio e prestação de serviços tradicionais, até *e-commerce*, *e-government*, *e-business*. A prospecção/implementação/venda de serviços e novos produtos como *sites*, jogos de computador, *software*, TV digital e, mais recentemente, a interação móvel (de *smartphones*, *global positioning systems*, *paggers*, *palmtops*, *laptops*, *handhelds*, *wireless*

devices, até *wearables*, ou computadores pequenos e leves o bastante para serem usados no corpo do usuário como se fosse uma peça de roupa) (CYBIS, 2007, p. 217-226) justificam-se pelas novas demandas de possíveis consumidores/usuários/clientes com a marca da evolução da utilização da *internet* e de suas ferramentas de *social media* (FERREIRA, 2011).

Desde o fim do último milênio, Castells (2000) afirmou que um novo mundo, originado no período pós-guerra, tomou forma na coincidência histórica de três processos independentes: a revolução da tecnologia da informação; a crise econômica do capitalismo e do estatismo e a conseqüente reestruturação de ambos; e o apogeu de movimentos sociais culturais, tais como libertarismo, direitos humanos, feminismo e ambientalismo. A interação entre tais processos e as reações por eles suscitadas fizeram surgir uma nova estrutura social dominante, a sociedade em rede; uma nova economia, a economia informacional/global; e uma nova cultura da virtualidade real, a cibercultura. A partir deste momento, as várias gerações existentes e as que se sucederam coexistiram vivenciando a Era da Informação.

Essa sociedade em rede da Era da Informação se caracteriza, segundo Castells, pela predominância das redes de informação e conhecimento em todos os campos da vida social. (CASTELLS, 1999, 2000, 2001). De acordo com a interpretação desse autor, os grupos adaptam-se de maneira cada vez melhor às novas condições da sociedade da informação, utilizando as novas potencialidades abertas pela globalização e pelo acesso às novas tecnologias.

Surgem, cada vez mais, novas formas de ser, agir e pensar dos próprios indivíduos sociais e seus grupos, instituições, quaisquer camadas sociais a que pertençam, o que constitui, por sua vez, as diversas redes da Era da Informação, com nítidas e às vezes não demarcações pelas atitudes tomadas pelos indivíduos diante do impacto e do processamento das novas ideias e práticas em suas gerações. As redes transformam as dimensões de tempo e espaço da vida social, seja pela tecnologia ou não ou por sua influência. Pelas redes da contemporaneidade, informações são transmitidas em tempo real e se podem estabelecer contatos imediatos, independentes da distância espacial. Chocam-se gerações, culturas, identidades, conteúdos informacionais, fundindo-se ou não, reelaborando-se, surgem novas possibilidades de comunicação, de aprendizagem, de criação, expressão e inovação humana, compartilham-se saberes, destroem-se e

reconstroem-se outros, criam-se novos imaginários, novas tribos, novas estratégias de produção de conhecimento.

Assim, as redes promovem a geração de conhecimentos e de propagação de suas aplicações por meio das práticas sociais contemporâneas na utilização das TIC. Desse modo, Castells (1999) afirma que são tecnologias para agir sobre a informação e não apenas informação para agir sobre a tecnologia.

O progresso das TIC e sua capacidade de favorecer a constituição de uma inteligência coletiva é visto com naturalidade por Levy (2000), fazendo-o afirmar que o domínio dessas tecnologias, agora compreendidas como intelectuais quando utilizadas por essa inteligência coletiva, dá uma vantagem considerável aos grupos e aos contextos humanos que as utilizam, ainda mais quando a sociedade e seus indivíduos em estruturação de redes, redes de comunicação à instauração e vivência de redes de conhecimento.

Tem-se em referência a perspectiva cultural da era da informação, ou seja, a compreensão da cultura erigida pelas *social media*, a cibercultura. “Percebe-se que a sociedade em rede e a cultura de convergência promovem uma nova dinâmica no cotidiano infocomunicacional (SILVA *et al.*, 2011, p. 112).” Denominada por Johnson (2001) de cultura da interface, a cibercultura, na perspectiva de Lévy (1999), é a própria cultura da sociedade contemporânea quando tratamos dos novos espaços virtuais, promovidos e constituídos pelo avanço das tecnologias, ou seja, cultura do ciberespaço. A cibercultura, portanto, é a cultura identitária do real ao virtual, é a cultura da conectividade, da interação em rede, do digital, das novas formas de navegação, promotora das mais diversas e complexas redes de informação e comunicação, via novas tecnologias ou por elas influenciadas. Para Johnson, esta seria a cultura em que as tecnologias transformam a nossa maneira de criar e comunicar (JOHNSON, 2001). Contudo, há de se ressaltar que tais maneiras de criar e comunicar ainda depende da individualidade e do poder de assimilação, uso e transformação desta cultura por diversas gerações de pessoas diferentes não só pelo ano em que nasceram, mas por realidades vividas em épocas diferentes, convivendo neste mesmo tempo.

Quais gerações podem ser identificadas por meio de traços que evidenciam suas formas de agir e de se comportar diante dos processos de informação e comunicação contemporâneos?

Para entender quais gerações podem ser demarcadas e caracterizadas por seu comportamento infocomunicacional, trazemos à discussão a linha do tempo das gerações idealizada por Ron Zemke (2008 apud Reis *et al.* 2013) sobre o nascimento destas. No entanto, considera-se pertinente sublinhar que o termo geração foi inicialmente utilizado para denominar uma faixa etária ou um grupo com peculiaridades específicas. Com o tempo o termo se popularizou, sobretudo por força dos meios contemporâneos de comunicação, passando a designar manifestações culturais e políticas, a exemplo da geração hip-hop, geração caras pintadas, entre outras, ou de desenvolvimentos tecnológicos a exemplo da geração Rafinha, geração Y, geração Net. Em suma, o fato é que tendências de comportamento de cada geração se pautam no momento sócioeconômico-político-cultural em que ela se desenvolve. Traz-se o quadro que ampliamos com base no quadro adaptado de Ron Zemke por Reis *et al.* (2013), onde detalham-se as gerações seguidas de seus períodos temporais e das tendências comportamentais:

Quadro 2 – Gerações, períodos de tempo e tendências comportamentais

| GERAÇÃO VETERANA/ TRADICIONAL | GERAÇÃO BABY BOOMERS | GERAÇÃO X | GERAÇÃO Y | GERAÇÃO Z |
|---|--|--|--|--|
| 1922 – 1944 | 1945 – 1965 | 1966 – 1977 | 1978- 1989 | 1990 – atual |
| Conformista | Otimista | Cético | Interativo | Imediatista |
| Não contestadora | Lado positivo | Questionador | Contestadora | Excentricidade |
| Cresceu entre duas guerras Educação rígida Respeito às hierarquias Amor à pátria | Vivenciaram fase de engajamento contra ditaduras Otimistas em relação as mudanças políticas | Politicamente apáticos, refletem as frustrações da geração anterior Posicionamento de expectadores do cenário político | Otimistas quanto ao futuro Atentos à questão ecológica Senso de justiça social Engajamento voluntariado | Nascimento da <i>World Wide Web</i> Alheio à vida política |
| Trabalho: Crescimento se dá passo a passo Não questiona autoridade Valoriza comprometimento e lealdade Esperam a hora certa para receberem recompensa pelo trabalho | Trabalho: <i>Workaholics</i> , valorizam o status e o crescimento profissional. São políticos, formam alianças para atingirem seus objetivos Estabelecem forte vínculo com a organização em que atuam | Trabalho: Independência Autoconfiança Questiona autoridade Adeptos da informalidade no trabalho Buscam o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal | Trabalho: Diversidade Colaboração Realização Consumo Extremamente informais, agitados, ansiosos impacientes e imediatistas Admiram a competência real | Trabalho: Boa parte ainda não está inserida no mercado de trabalho Quando está inserida exige flexibilidade e diálogo aberto com os superiores Atitude profissional multitarefa |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| | | Trabalham com entusiasmo quando possuem foco definido Têm necessidade de <i>feedback</i> | e não a hierarquia | |
| Como consumidores privilegiam pagamento à vista Investimento de modo conservador, sem riscos | Responsáveis pelo estilo de vida de conquistas materiais, como casa, carro e acesso ao entretenimento | Sentem-se a vontade com a tecnologia Gosto pelo consumo de equipamentos eletrônicos | Utilizam todos os recursos de celulares, <i>tablets</i> e <i>smartphones</i> Precisam estar conectados todo o tempo | Acompanham a velocidade da Internet |
| Alheios às tecnologias | Tem conhecimento e experiência, mas são cercados de temor com a tecnologia | Adaptação rápida; Proficientes na tecnologia | Tecnologia é algo natural na vida Bem mais informados | Integração total com a tecnologia Acesso livre e imediato a várias mídias Ligados à Internet |
| Tradição e sabedoria | Ideal de reconstrução do mundo | Ideal da paz, liberdade sexual e anarquismo | Globalização; Diversidade; Multiculturas | Individualista Extremista Isolamento social Desapegado de fronteira geográfica |

Fonte: Adaptado e ampliado pelos autores com base em Zemke (2008 apud REIS *et al.* 2013)

Observa-se que na literatura sobre o tema das gerações há algumas diferenças no tocante ao período em que cada uma ocorre. Inclusive, especificamente sobre as gerações Y e Z também conhecidas pela denominação de *Millennials* e Geração Silenciosa, respectivamente. Contudo, ainda nos deparamos com outras denominações que já nomeia uma nova configuração de geração. Estamos nos referindo à geração *nem nem* e à geração *Alpha*.

A geração *nem nem* engloba indivíduos em idade entre 18 e 25 anos que “nem estudam” e “nem trabalham”. O termo, que é recente no Brasil, surgiu com base no termo global NEET’s em referência aos jovens classificados como *not in employment, education, or training*. Assim, a geração *nem nem*, fenômeno global, refere-se aos indivíduos que, vivendo um desalento estrutural, desistiram de procurar trabalho por não disporem de quase nenhuma qualificação e que não querem obter aprendizado formal por meio do estudo (HOLANDA FILHO, 2014; SAMPAIO, 2014).

A geração *Alpha*, considerada por alguns especialistas a mais inteligente e evoluída, engloba as crianças nascidas depois do ano de 2010. Esta geração é marcada pela interação com a tecnologia desde o nascimento. Frequentemente, veem-se crianças manuseando *tablets, smartphones* ou aparelhos similares, aliás, interagindo mais e melhor com estes equipamentos que qualquer adulto de outra geração, ou seja, consumindo naturalmente conteúdo por meios digitais. São os nativos digitais.

Nessa perspectiva, percebe-se que os indivíduos têm mudado constantemente seus hábitos e suas formas de se informar e se comunicar, ou seja, seu comportamento infocomunicacional, além de seu modo de produzir, comunicar e consumir informação e também de se entreter. Não resta dúvida de que é justamente isso que move a nova geração: a inovação tecnológica e suas potencialidades, que quebram barreiras linguísticas e promovem o compartilhamento de talentos, habilidades e ideias.

Contudo, mesmo diante desta atual sociedade marcada por gerações que utilizam, percebem, influenciam e são influenciadas pelas tecnologias e pelo desenvolvimento científico, seja por meio da educação formal ou de contato com a cultura digital via outras formas de aprendizagem, milhares de pessoas ainda se encontram à margem do desenvolvimento da ciência e da tecnologia e do consumo de produtos advindos deste desenvolvimento. Pela metáfora do Jardim do Éden, muitos sequer provaram do fruto. Estas pessoas se encontram em condições econômicas, culturais e educacionais desfavoráveis e formam populações de excluídos e marginalizados, já caracterizados desde o século passado como não-consumidores de certos bens materiais ou imateriais, ou não-usuários de sistemas, serviços e produtos informacionais e tecnológicos, conforme denominou Suaiden (1995). Mesmo sistemas, serviços e produtos de responsabilidade pública garantidos em legislações nacionais ou em observância à Declaração Universal de Direitos Humanos não alcançam a todos.

Até em países que compõem o *ranking* das 10 maiores economias do mundo, como o Brasil, ainda se encontram bolsões de miséria. O censo do ano de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) identificou que no Brasil há 16.267.197 de pessoas vivendo com renda per capita mensal de até R\$70,00 (setenta reais), consideradas abaixo da linha de extrema pobreza conforme definição do governo brasileiro (IBGE, 2010). Em perspectiva global, uma publicação do Banco Mundial no ano de 2013 contabilizou a existência de 1,2 bilhão de pessoas que vivem em extrema pobreza no mundo, aproximadamente um quinto da população mundial (OLINTO *et al.*, 2013).

De outra forma, vale lembrar aqui a compreensão conceitual de não-usuário. Com base em D'Elia (1980), Suaiden (1995) nos chama a atenção para a existência de indivíduos assim caracterizados por duas outras razões diferentes. Não-usuários, por opção, ao não se integrarem às possibilidades encontradas em seu tempo, mesmo com acesso tecnológico, cultural, econômico e educacional; e não-usuários que poderiam deixar de sê-los, se forem considerados como usuários potenciais. Não esquecendo: só há poder de/na escolha quando há informação.

Uma reflexão sobre o porquê de uma sociedade eminentemente excludente vir a incluir cada vez mais os excluídos está longe de apenas se tratar de uma responsabilidade global, de uma ética da globalização, como ressaltou Singer (2004). Incluir excluídos mantém uma relação político-econômica de geração, reserva e exploração de mercados. Algo que paradoxalmente sustenta a sociedade contemporânea e mantém grande parte das organizações sociais vivas.

5 MODELOS DE ESTUDOS DE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL A INFOCOMUNICACIONAL

No ano de 2002, a publicação do livro *Looking for information: a survey of research on information seeking, needs and behavior*, sob responsabilidade de Case (2002), foi um marco para os estudos do comportamento sobre informação e comunicação. Em extensivo trabalho, Case mapeou o campo recente do comportamento de busca e uso de informação, explicando termos e definições, apresentando nove modelos e teorias em um contexto epistemológico e de história da ciência, referenciando mais de 700 publicações e recomendando, ainda, leituras com anotações valiosas no final de cada capítulo, sem esquecer questões para discussão incluídas em um apêndice. Os nove modelos destacados por Case se referiram aos elaborados pelos seguintes autores: Wilson (1981) – seu primeiro modelo; Krikelas (1983); Ellis (1989); Kuhlthau (1994); Leckie, Pettigrew e Sylvain (1996); Byström e Järvelin (1995); Savolainen (1995); Johnson (1996, 1997); e novamente Wilson (2000) – referindo-se ao seu segundo modelo.

Um ano depois, em 2003, a ASIS&T destinou a temática *Theoretical Frameworks of Information Behavior* ao seu *3th Annual SIG-USE Research Symposium*, onde se realizaram discussões em grupos temáticos em torno do comportamento informacional. A partir deste evento, Fisher, Erdelez e Mckechnie (2005) idealizaram a publicação de um livro,

lançado dois anos mais tarde sob o título *Theories of Information Behaviour*, contendo 72 capítulos dedicados à conceituação, aos modelos e às teorias de como as pessoas procuram, gerenciam, comunicam, compartilham e utilizam a informação em diferentes contextos, com contribuições de 85 pesquisadores, especialistas de diferentes áreas, como Ciência da Informação, Ciências Sociais, Comunicação e Ciências Cognitivas, com origem em 10 países. A contribuição para o campo dos estudos de comportamento sobre informação e comunicação foi significativa (FISHER; ERDELEZ; McKECHNIE, 2005).

Para Fisher, Erdelez e Mckechnie (2005), centenas de estudos acerca do comportamento sobre informação e comunicação têm evidenciado o seu impacto em padrões de consumo, votação, hábitos de saúde, hábitos de lazer e cultura, negócios, tendências de marketing, etc., e impactos nas interações homem-máquina para compreensão e resolução de uma miríade de problemas na educação.

Não sem razão, a ASIS&T destinou ao seu último *13th Annual SIG-USE Research Symposium*, realizado no ano de 2013, a temática *Information Behavior on the Move: Information Needs, Seeking, and Use in the Era of Mobile Technologies*. Este simpósio internacional se dedicou às formas como a informação "em movimento" está a transformar ou mudar a natureza dos comportamentos sobre a informação e a comunicação das pessoas e as formas em que tais comportamentos estão, por sua vez, moldando as tecnologias, os serviços, a educação, o trabalho e o lazer.

Desta forma, em uma literatura construída por diálogo entre diversas disciplinas, no reconhecimento da contribuição de antigos conceitos, bem como de suas limitações, depara-se com uma recente preocupação sobre modelos mais abrangentes de comportamento informacional para infocomunicacional, na perspectiva de autores com origens em distintas áreas no contributo aos estudos de informação e comunicação, acompanhando a evolução das tecnologias.

Ressalta-se, porém, que o termo modelo não se refere às receitas estáticas a seguir, mas a caminhos teórico-metodológicos desenvolvidos por lastros sólidos epistemológicos, porém, ao mesmo tempo, flexíveis ao seu uso ou replicação até a sua evolução, como condutores de experiências exitosas em seus campos e aplicações. Isto, pois, como salienta Case (2002), modelos geralmente se concentram em problemas mais específicos que teorias, destinando-se a descrever conceitos, porém vinculados mais estreitamente com o mundo real e as suas mudanças.

Apresenta-se no Quadro 3 uma síntese dos mais conhecidos modelos de estudos de comportamento informacional à infocomunicacional internacionais, a partir do primeiro modelo de Wilson, somados a recentes modelos brasileiros, identificados por seus idealizadores seguidos do respectivo ano em que foram criados ou reconhecidos por meio de sua publicação, tendo como base a publicação de Costa, Silva e Ramalho (2009).

Quadro 3 - Modelos de Estudos de Comportamento Informacional a Infocomunicacional

| AUTORIA | MODELOS |
|--|---|
| Wilson (1981, 2000) | Modelo do Comportamento Informacional, baseado nas seguintes proposições: as necessidades de informação têm sua gênese nas necessidades básicas do sujeito, (fisiológicas, cognitivas e afetivas), logo não é uma necessidade primária, mas sim, secundária; e, diante da busca de informação para satisfazer sua necessidade, o sujeito pode deparar-se com barreiras individuais, pessoais, interpessoais e ambientais. Wilson propõe posteriormente um novo modelo a partir do seu modelo anterior e através de um exaustivo estudo em que utilizou teorias de diferentes áreas, como a Ciência da Informação, a Psicologia, a Comunicação, dentre outras, para analisar o comportamento de busca de informação. |
| Belkin, Oddy e Brooks (1982) | A abordagem do Estado Anômalo do Conhecimento (<i>Anomalous States of knowledge</i>) focaliza pessoas em situações problemáticas, em visões da situação como incompletas ou limitas de alguma forma. Usuários são vistos como tendo um estado de conhecimento anômalo, no qual é difícil falar ou mesmo reconhecer o que está errado, e enfrentam lacunas, faltas, incertezas e incoerências, sendo incapazes de especificar o que é necessário para resolver a anomalia. (situação anômala > lacunas cognitiva > estratégias de busca). |
| Dervin, (1983) | Abordagem <i>Sense-Making</i> como um conjunto de premissas conceituais e teóricas para analisar como pessoas constroem sentido nos seus mundos e como elas usam a informação e outros recursos nesse processo. Procura lacunas cognitivas e de sentido expressas em forma de questões que podem ser codificadas e generalizadas a partir de dados diretamente úteis para a prática da comunicação e informação. (situação > lacuna > uso). |
| Taylor (1986) | A abordagem do Valor Agregado (<i>User-values ou Value-added</i>) focaliza a percepção da utilidade e valor que o usuário traz para o sistema. Pretende fazer do problema do usuário o foco central, identificando diferentes classes de problemas e ligando-os aos diferentes traços que os usuários estão dispostos a valorizar quando enfrentam problemas. É um trabalho de orientação cognitiva em processamento da informação. (problema > valores cognitivos > soluções). |
| Ellis (1989) Ellis, Cox e Hall (1993) | Modelo de comportamento de busca de informação que parte do pressuposto de que o processo de busca se dá por meio de aspectos cognitivos, constituído por etapas que não acontecem de forma seqüencial, características gerais que não são vistas como etapas de um processo. Inicialmente, baseia-se em seis categorias de análise: Iniciar, Encadear, Vasculhar, Diferenciar, Monitorar e Extrair. Posteriormente, esse modelo foi aperfeiçoado pelo próprio Ellis em conjunto com Cox e Hall (1993) que acrescentaram mais duas categorias ao modelo original que são: Verificar e Finalizar. Assim, o Modelo é composto por oito categorias. |
| Nielsen (1993, 1999, 2000) | Estudos de Usabilidade, referindo-se à técnicas de avaliação de produtos baseados na interação homem-máquina por meio das seguintes técnicas: técnicas de análises prospectivas – que buscam a opinião do usuário sobre a interação com o sistema, baseando-se na aplicação de questionários e realização de entrevistas com o usuário para verificar seu desempenho e sua satisfação quanto à interação com o sistema; técnicas de análises preditivas ou diagnósticas – que buscam prever os erros do |

| | |
|---------------------------|--|
| Nielsen e Loranger (2007) | projeto de interface sem participação direta dos usuários, baseando-se na decomposição e na organização hierárquica da estrutura da tarefa interativa do sistema; e técnicas de análises empíricas – que buscam evidenciar os problemas de interação a partir da observação e do controle dos usuários no momento da interação com o sistema, baseando-se em testes empíricos com ênfase no método de avaliação heurística. Tais estudos vêm influenciando o campo de <i>design</i> de sistemas centrados no usuário. |
| Kuhlthau (1994) | Modelo denominado de <i>Information Search Process</i> , baseado no conceito de estado anômalo do conhecimento de Belkin (1982). Segundo Kuhlthau (1994), o <i>Information Search Process</i> é um modelo potencializado pela Teoria do Construtivismo em que a aprendizagem de um novo conhecimento se realiza por uma construção individual e ativa e não pela transmissão. O processo se desenvolve em seis estágios: Iniciação. Seleção, Exploração, Formulação Coleta e Apresentação. Cada estágio se caracteriza pelo comportamento do usuário em três campos de experiência: o emocional, o cognitivo e o físico. |
| Clancey (1997) | Abordagem da Cognição Situada, propondo a interpretação da cognição a partir de seus aspectos funcionais, estruturais e também comportamentais, compreendendo todo ato cognitivo como um ato experiencial, ou seja, o pensamento e a ação dos sujeitos são adaptados ao ambiente, situados em função do que eles percebem, como concebem suas atividades e como as executam. Dessa forma, toda ação se desenvolve de modo coordenado e simultâneo, sendo parcialmente improvisada ao integrar a percepção, a concepção e a ação do sujeito mediante determinadas situações. Pautando-se nesta abordagem, diversas pesquisas têm se voltado aos estudos de comportamento informacionais e comunicacionais. |
| Fróes Burnham (2002) | Modelo de Análise Contrastiva, enquanto uma metodologia de análise de processos de tradução do conhecimento científico. Leva-se em conta a responsabilidade pela democratização da informação científica, na perspectiva de que esta se transforme em conhecimento pessoal de indivíduos sociais através de seus comportamentos, compreendidos como sujeitos do conhecimento, pela agregação de significados relevantes à formação da cidadania. Caracteriza-se como uma investigação realizada há mais de duas décadas, dedicada a participar na construção do campo interdisciplinar e multirreferencial da Infoeducação. |
| Choo (2003) | Modelo que ressalta três propriedades da busca e do uso da informação: a) o uso da informação é estabelecido a partir do significado que o indivíduo lhe impõe, à luz de suas estruturas emocionais e cognitivas; b) o uso da informação é situacional, onde o indivíduo faz parte de um meio, profissional ou social, que afeta, diretamente, suas escolhas para o uso da informação; e c) o uso da informação é dinâmico, interagindo com os elementos cognitivos, emocionais e situacionais do ambiente, que impulsionam o processo de busca da informação, modificando a percepção do indivíduo em relação ao papel de informação e os critérios pelos quais a informação é julgada sob um dado assunto. A busca se caracteriza por um processo implementado pelo indivíduo para modificar o estágio anterior. |
| Calva González (2004) | O Modelo de Necessidades Informacionais (NEIN) parte da concepção do fenômeno das necessidades de informação do indivíduo como um ciclo de três fases: o surgimento das necessidades, o comportamento do indivíduo para se informar, e o uso desta informação para satisfazer suas necessidades. A primeira fase do modelo NEIN se refere ao surgimento das necessidades de informação, que ocorre estimulado por fatores internos ou externos no contexto do ambiente investigado. A segunda fase se refere ao comportamento do indivíduo para se informar como consequência da primeira. A última fase do modelo diz respeito à satisfação do indivíduo, que pode ocorrer ou não, no uso da informação de acordo com os fatores relativos a sua pertinência, relevância, precisão e recompilação. |

| | |
|---------------------------------------|--|
| <p>Costa e Ramalho (2010a, 2010b)</p> | <p>Modelo denominado de Estudos Híbridos de Uso da Informação, no contraste teórico-metodológico de referências da Engenharia da Usabilidade, Ciência da Computação e Ciência da Informação, numa perspectiva aberta, considerando a interação dos indivíduos com os recursos tecnológicos e sistemas de informação automatizados tradicionais ou com os mais recentes baseados em tecnologias móveis, visando investigar a satisfação e qualidade de uso por meio de uma série de elementos ou critérios interdisciplinares de avaliação do próprio uso ou da execução de tarefas impostas pelos sistemas ou recursos. Ressalta-se a utilização de uma abordagem metodológica qualitativa de aporte quantitativo.</p> |
| <p>Miranda (2010)</p> | <p>Modelo Semântico para Estruturação da Informação (MSEI). Contributivo aos sistemas de recuperação da informação de acordo com a consciência intencional (experiência) do sujeito. Identifica padrões de julgamentos de valor, de representação e estruturação da informação, com a categorização da intencionalidade. Baseando-se no diálogo entre a Ciência da Informação, Ciências da Comunicação, Ciências Cognitivas, dentre outras áreas, vislumbra resultar novos conceitos e teorias para o campo da acessibilidade à informação e da memória.</p> |
| <p>Araújo (2010)</p> | <p>Abordagem Interacionista de Estudo de Usuários da Informação, como uma nova agenda de pesquisa para os estudos de usuários: em vez de buscar taxas de uso de determinada fonte de informação ou da frequência a uma organização, torna-se essencial entender por que se usa tal fonte, que significado ela possui para quem a usa, que significado tem o acesso a um sistema de informação que possa explicar a frequência de consulta a ele.</p> |
| <p>Mafra Pereira (2011, 2013)</p> | <p>Modelo Integrativo de Comportamento Informacional. Refere-se a um modelo teórico-conceitual que possibilita demonstrar os fluxos informacionais presentes nos processos de busca e uso da informação utilizados por gestores de micro e pequenas empresas (MPE) em decisões estratégicas. A fundamentação teórica deste modelo se pauta em outros modelos de identificação das necessidades informacionais, processos de busca e uso da informação, bem como de tomada de decisão estratégica organizacional.</p> |
| <p>Silva e Silva (2012)</p> | <p>Modelo de Comportamento Infocomunicacional em Contextos de Redes Sociais <i>Online</i> (RSO), propondo a investigação do comportamento infocomunicacional de indivíduos considerados atores sociais em contextos de RSO. Utiliza-se de abordagens cognitiva e social, debruçando-se sobre as mudanças sociais potencializadas pelas redes telemáticas e pelo acesso móvel a conteúdos na compreensão da influência da cultura contemporânea sobre seus comportamentos. A proposta do modelo auxilia na identificação e explicação dos comportamentos infocomunicacionais que podem ser percebidos a partir das situações <i>online</i> guardadas ao longo do tempo nos contextos das redes.</p> |
| <p>Paula (2013)</p> | <p>A Abordagem Clínica da Informação é uma proposta de metodologia empregada para a investigação do comportamento humano sobre informações e comunicação relacionado com o processo de tomada de decisão de líderes em organizações, propondo o uso de uma hermenêutica das dimensões simbólicas e afetivas como uma estratégia para acessar a subjetividade de indivíduos em suas tomadas de decisão e seus esforços para interpretar uma realidade. Fundamenta-se na abordagem alternativa para os estudos de usos e usuários da informação, tomando como referencial adicional os estudos da Psicologia.</p> |

Fonte: Adaptado e ampliado pelos autores com base em Costa, Silva e Ramalho (2009)

A maior parte dos modelos apresentados no Quadro 3 não se dedica ao estudo do comportamento infocomunicacional em sua totalidade, contudo se restringe a diferentes

aspectos deste comportamento, como desde os primeiros estudos de comportamento sob matriz informacional contributivos à nova perspectiva infocomunicacional.

Adverte-se, entretanto, que não se tem a pretensão de desenvolver tais modelos, detalhá-los como fórmulas, mas apontá-los como o desenvolvimento de uma tendência e de possibilidades de estudos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo em relato objetivou refletir sobre o comportamento infocomunicacional, de modo a apresentar as tendências e os modelos que se dedicam a aportar - teórica e empiricamente - as reflexões acerca deste tipo de comportamento.

O comportamento infocomunicacional demonstra-se um campo fértil de pesquisas que se dediquem a compreender as novas formas de ser, pensar, agir e se manifestar no mundo contemporâneo, visto que a condição de atuação dos indivíduos em relação à informação e à comunicação sofreu alterações profundas, requerendo postura multirreferencial.

Deve-se reconhecer, neste contexto, que os motes para tais estudos são diretamente influenciados pelos interesses individuais, coletivos e organizacionais em face do impacto e das demandas das práticas sociais no contexto global.

Por fim, espera-se que o trabalho de reflexão conceitual realizado neste artigo, utilizando-se de uma bricolagem como estratégia de pensamento para (des)construção do conhecimento sobre o tema comportamento infocomunicacional, aspire novos diálogos e experiências para estudos e aplicações.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Abordagem interacionista de estudos de usuários da informação. **PontodeAcesso**, v. 4, n. 2, p. 2-32, set. 2010.

ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY (ASIS&T). Disponível em: <http://www.asis.org/index.html>. Acesso em: 20 de maio 2014.

BARCIA, Marlene Simão. **Comportamentos e relacionamentos dos indivíduos na organização**: uma contribuição das teorias da gestalterapia e da ciência da complexidade. 2004. 128f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

BEITES, Alexandre Manuel Rodrigues. **O museu aberto e comunicativo**: fundamentação e proposta para estudos de públicos à luz de um enfoque info-comunicacional. 2011. 211f. Dissertação (Mestrado em Museologia) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2011.

BELKIN, Nicholas J.; ODDY, R. N.; BROOKS, H. M. ASK for information retrieval: part II – results of a design study. **Journal of Documentation**, v. 38, n. 3, p. 145-164, set. 1982.

BIANCO, Nélia. Elementos para pensar as tecnologias da informação da era da globalização. **Rev. Bras. de Ciências da Comunicação**. v. XXIV, n. 2, p. 151-163, jul./dez. 2001.

BORGES, Jussara et al. Competências infocomunicacionais: um conceito em desenvolvimento. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 5, n. 1, 2012. Não paginado.

BORGES, Jussara; OLIVEIRA, Lídia. Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. **Observatorio Journal**, v. 5, n. 4, p. 291-326, 2011.

BURNHAM, Teresinha Fróes. Análise contrastiva: memória da construção de uma metodologia para investigar a tradução de conhecimento científico em conhecimento público. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, 2002, p. 1-16.

BYSTRÖM, Katriina; JÄRVELIN, Kalervo. Task complexity affects information seeking and use. **Information processing & management**, v. 31, n. 2, p. 191-213, 1995.

CALVA GONZÁLEZ, Juan José. **Las necesidades de información**: fundamentos teóricos y métodos. México: UNAM, 2004.

CASE, Donald (Ed.). **Looking for information**: a survey of research on information seeking, needs and behavior. San Diego: Academic Press, 2002.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura; v. 1. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura; v. 2. O poder da identidade. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura; v. 3. Fim de milênio. 2ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional**: a dinâmica do sucesso nas organizações. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier - Campus, 2005.

CHOO, Chun Wei. **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. 63-126.

CLANCEY, Willian J. **Situated cognition**: on human knowledge and computer representations. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

CETAC.MEDIA. COMMUNICATION SCIENCES AND TECHNOLOGIES RESEARCH CENTRE.
Disponível em: <http://www.cetacmedia.org>. Acesso em: 12 maio 2014.

COSTA, Luciana Ferreira da. **Usabilidade do Portal de Periódicos da CAPES**. João Pessoa: UFPB, 2008. 236f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2008.

COSTA, Luciana Ferreira da; SILVA, Alan Curcino Pedreira da; RAMALHO, Francisca Arruda. (Re)visitando os Estudos de Usuário: entre a “tradição” e o “alternativo”. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v.10, n. 4, p. 1-12, ago. 2009.

COSTA, Luciana Ferreira da; RAMALHO, Francisca Arruda. A usabilidade nos estudos de uso da informação: em cena, usuários e sistemas interativos de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 15, n. 1, p. 92-117, jan./abr. 2010a.

COSTA, Luciana Ferreira da; RAMALHO, Francisca Arruda. Novas perspectivas dos estudos de satisfação de usuários. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 15, n. 30, p.57-73, 2010b.

CYBIS, Walter. **Ergonomia e usabilidade**: conhecimentos, métodos e aplicações. São Paulo: Novatec Editora, 2007.

DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurence. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998.

D'ELIA, George. Development and testing of a conceptual model of public library user behavior. **Library Quarterly**, n. 50, p. 410-430, oct. 1980.

DERVIN, Brenda. An overview of Sense-Making research: concepts, methods, and results to date. **International Communication Association Annual Meeting**. May., 1983, p. 1-72.

DESCARTES, René. **Discurso do Método**. Tradução: Ciro Mioranza. São Paulo: Editora Escala, 2006.

ELLIS, David. A behavioral approach to information retrieval system design. **Journal of Documentation**, London, v. 45, n. 3, p. 171-212, sep. 1989.

ELLIS, David. A behavioral model for information retrieval system design. **Journal of Documentation Science**, Cambridge, n. 15, p. 237-247, 1989.

ELLIS, David; COX, Deborah; HALL, Katerine A comparasionof the informacion seekingof researchers in the physical and social science. **Journal of Documentation**, London, v. 49, n. 4, p. 356-369, 1993.

FERREIRA, Fernando Colmenero. O comportamento de procura de informação no processo de decisão de compra na *web*. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 1, Número Especial, p. 3-26, out. 2011.

FERREIRA, Sueli Mara Pinto. **Estudo de necessidades de informação**: dos paradigmas tradicionais à abordagem Sense-Making. 1997. Disponível em <http://www.eca.usp.br/nucleos/sense/index.htm>. Acesso em: 14 jan. 2002.

FISHER, Karen; ERDELEZ, Sandra; MCKECHNIE, Lynne. (Eds.) **Theories of Information Behaviour**. Medford: Information Today, 2005.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias; COSTA, Sely Maria de Souza. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n. 1, p. 21-32, jan./abr. 2010.

GUINCHAT, Claire; MENOUE, Michel. Usuários. In: _____. **Introdução geral às técnicas da informação e da documentação**. Brasília: IBICT, 1994, p. 481-491.

HOLANDA FILHO, Fernando de. **Geração nem-nem**. 2013. Disponível em: <http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,a-geracao-nem-nem-imp-,935944>. Acesso em: 22 mar. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA (IBICT). Grupo de Pesquisa Cultura e processos info-comunicacionais. Disponível em: <http://www.ppgci.ufri.br/index.php/grupos/grupos-de-pesquisa>. Acesso em: 22 mar. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo do ano de 2010. Disponível em: <http://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 05 dez. 2013.

JOHNSON, J. David. **Information seeking**: An organizational dilemma. Westport: Quorum Books, 1996.

JOHNSON, J. David. **Cancer-related information seeking**. Cresskill: Hampton Press, 1997.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KAFURE, Ivette et al. La terminología en el estudio del usuario de la información. **Biblios**, n. 51, p. 1-19, jul. 2013.

KRIKELAS, James. Information-Seeking Behavior: Patterns and Concepts. **Drexel Library Quarterly**, v. 19, n. 2, p. 5-20, 1983.

KUHLTHAU, Carol. The role of experience in the information search process of an early career information worker: perceptions of uncertainty, complexity, construction and sources. **Journal of the American Society of Information Science**. v. 50, n. 5, p. 399-412, 1999.

LECKIE, Gloria J.; PETTIGREW, Karen E.; SYLVAIN, Christian. Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals, and lawyers. **The Library Quarterly**, p. 161-193, 1996.

LE COADIC, Yves. **A Ciência da Informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

LIEDKE, Enoí Dagô. Uma nova visão sobre a informação que circula internamente nas organizações em tempos de TDICs. **Revista Organicom**, v. 10, n. 19, 2014.

MAFRA PEREIRA, Frederico Cesar. **Comportamento informacional na tomada de decisão**: proposta de modelo integrativo. 2011. 231f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

MAFRA PEREIRA, Frederico Cesar. Modelo integrativo - comportamento informacional para decisões estratégicas: estudos de caso em MPES mineiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE

PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, XIV, 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2013.

MIRANDA, Májory Karoline. **O acesso à informação no paradigma pós-custodial**: da aplicação da intencionalidade para a findability. 2010. 353f. Tese (Doutorado em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2010.

NIELSEN, Jakob. **Usability engineering**. San Diego: Academic Press, 1993.

NIELSEN, Jakob. **Designing web usability**. Indianapolis. New Riders, 1999.

NIELSEN, Jakob. **Projetando web sites**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na web: projetando websites com qualidade**. Rio de Janeiro: Editora *Campus*, 2007.

OLINTO, Pedro et al. The state of the poor: where are the poor, where is extreme poverty harder to end and what is the current profile of the world's poor? The World Bank. **Economic Premise**, n. 125, p. 1-8, october, 2013.

PAULA, Claudio Paixão Anastácio de. A investigação do comportamento de busca informacional e do processo de tomada de decisão dos líderes nas organizações: introduzindo a Abordagem Clínica da Informação como proposta metodológica. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 3, Número Especial, p. 30-44, out. 2013.

PROGRAMA DE DOUTORAMENTO EM INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM PLATAFORMAS DIGITAIS. Disponível em: http://sigarra.up.pt/flup/pt/cur_geral.cur_view?pv_curso_id=167&pv_ano_lectivo=2013&pv_origem=CUR. Acesso em: 12 abr. 2014.

REIS, Patrícia Nunes Costa et al. O alcance da harmonia entre as gerações baby boomers, X e Y na busca da competitividade empresarial no século XXI. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 10., 2013, Resende - Rio de Janeiro. **Anais...** Resende - Rio de Janeiro: Associação Educacional Dom Bosco, 2013.

ROCHA, Elaine Cristina de Freitas; DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal. Estudos de usuários pela perspectiva de profissionais bibliotecários. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 14., 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2013.

SAMPAIO, Sérgio. **Os jovens e a geração nem-nem**. 2014. Disponível em: <http://www.ibahia.com/detalhe/noticia/coluna-valorh-especialista-fala-sobre-os-jovens-e-a-geracao-nem-nem/?cHash=15d5afad7768d9161f09772b4ce06aaa>. Acesso em: 22 mar. 2014.

SAVOLAINEN, Reijo. Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of “way of life”. **Library & information science research**, v. 17, n. 3, p. 259-294, 1995.

SILVA, Leandro Libério; SILVA, Armando Malheiro. Comportamento infocomunicacional em contextos de redes sociais online: proposta de investigação. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGY MANAGEMENT, 9., 2012, São Paulo. **Proceedings...** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2012.

SILVA, Leandro Libério; SILVA, Armando Malheiro; ZAIDAN, Fernando Hadad. Reflexões teóricas sobre o comportamento infocomunicacional de utilizadores das redes sociais na internet. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGY MANAGEMENT – CONTECSI, 8., 2011, São Paulo. **Proceedings...** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011a.

SILVA, Leandro Libério; SILVA, Armando Malheiro; ZAIDAN, Fernando Hadad. Theoretical reflections of users' info-communicational behaviors on social networks in internet. **Journal of Applied Computing**, v. 7, n. 2, p. 41-60, jul./dec. 2011b.

SILVA, Leandro Libério et al. Reflexões teóricas sobre o comportamento informacional na era pós-custodial: perspectivas para um estudo de utilizadores em redes sociais na Internet, 2011. In: ENCUENTRO IBÉRICO EDICIC, V., 2011, Badajoz. **Proceedings...** p. 17-19 Badajoz: EDICIC, 2011.

SINGER, Peter. **Um só mundo**. A ética da globalização. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SUAIDEN, Emir. **Biblioteca pública e informação à comunidade**. São Paulo: Global, 1995.

TAYLOR, Robert S. **Value-added processes in information system**. Norwood, NJ: Ablex, 1986.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA). **Seminário de competências infocomunicacionais e participação social**. Disponível em: <http://www.competenciasinfocom.ici.ufba.br/>. Acesso em: 05 maio 2012.

VIEIRA, Keitty Rodrigues; KARPINSKI, Cezar. Os estudos de usuários para as minorias sociais. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 15, n. 1, 2019. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1130/1096>.

WILSON, Thomas Daniel. On user studies and information needs. **Journal of Documentation**, v. 37, n. 1, p. 3-15, 1981.

WILSON, Thomas Daniel. **Information behavior**: an interdisciplinary perspective. London: The British Library Board, 1996.

WILSON, Thomas Daniel. Human information behavior. **Informing Science Research**, Colorado, v. 3, n. 2, 2000.

WOIDA, Luana Maia; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Cultura informacional: um modelo de realidade social para a ICO. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **Gestão da informação e gestão do conhecimento no âmbito da Ciência da Informação**. São Paulo: Polis; Cultura Acadêmica, 2008.

ZEMKE, Ron O. Respeito às gerações. In: MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. (Org.). **Modernas práticas na gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

| |
|--|
| Recebido em: 11 de junho de 2018 Aceito em: 18 de fevereiro de 2019 |
|--|