



ARTIGO

COMPORTAMENTO PARA SE INFORMAR EM MUSEUS: reflexões sobre a necessidade, busca e uso da informação pelo público usuário

BEHAVIOR TO GET INFORMED IN MUSEUMS: reflections on the need, search and use of information by the user audience

Larissa Fernandes Dutra

Turismóloga, Universidade Federal de Minas Gerais, larissadutra@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-2686-6975>

Frederico César Mafra Pereira

Doutor em Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, professorfrederico@yahoo.com.br

 <https://orcid.org/0000-0002-1971-8069>

Como citar este artigo (ABNT):

DUTRA, L. F.; PEREIRA, F. C. M. Comportamento para se informar em Museus: reflexões sobre a necessidade, busca e uso da informação pelo público usuário. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, p. 1-20, junho./junho. 2022. DOI: <https://doi.org/10.35699/2237-6658.2022.36237>.

Recebido em: 21/09/2021.

Revisado em: 14/06/2022.

Aceito em: 26/06/2022.

Acesso Aberto 

Copyright: Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

Conflito de interesses: Os autores declaram que não há conflito de interesses.

Financiamento: Não há.

Declaração de Disponibilidade dos dados: Todos os dados relevantes estão disponíveis neste artigo.

RESUMO

Estudar o comportamento para se informar do visitante de museus - à luz da Ciência da Informação - consiste na problemática deste artigo. Objetiva-se, portanto, selecionar trabalhos dedicados à compreensão dos processos de identificação da necessidade, busca e uso de informação, debatendo-as no âmbito do museu e seus sistemas de informação ao público. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, utilizando-se as palavras-chaves "comportamento informacional", "modelos de busca e uso de informações", "modelos de comportamento para se informar" e "comportamento para se informar em museus", nas bases *Scopus*, *Scielo* e *Google Scholar*. Como resultado, propõe-se um modelo de comportamento para se informar do público museal, salientando os aspectos cognitivos, emocionais e situacionais que gravitam na prática informacional nesses ambientes. Justifica-se, pois apresenta noções relevantes aos gestores dessas entidades, levantando discussões sobre quais fatores determinam a relação do visitante de museu na sua busca por informação, corroborando o levantamento de *insights* para a melhoria dos serviços informacionais destes espaços.

Palavras-Chave: estudos de usuários. comportamento informacional em museus. modelos de comportamento para se informar.

ABSTRACT

Studying the behavior to inform the visitor of museums - in the light of Information Science - consists of the problem of this article. The objective is, therefore, to select research dedicated to the understanding of the processes of identification of the need, search and use of information, debating them within the museum and its information systems to the public. For this, a bibliographical research was carried out, using the keywords "informational behavior", "models of search and use of information", "models of behavior to inform" and "behavior to inform in museums", in the bases Scopus, Scielo and Google Scholar. As a result, a behavior model is proposed to inform the museal public, emphasizing the cognitive, emotional and situational aspects that gravitate in informational practice in these environments. It is justified, because it presents relevant information to the managers of these entities, raising discussions about which factors determine the relationship of the museum visitor and their search for information, corroborating the survey of insights for the improvement of the information services of these spaces.

Keywords: user studies. informational behavior in museums. behavior models to get informed.



1 INTRODUÇÃO

De acordo com Dantas (2007, p. 131) o usuário da informação pode ser definido como “o indivíduo que utiliza um serviço de uma unidade informacional, impulsionado por uma necessidade específica”. Este, por sua vez, identifica a necessidade de informação e articula-se para saná-la, em um processo de busca. Fatores internos e externos o influenciarão, à exemplo das construções semânticas advindas das experiências profissionais e pessoais às quais foi exposto. Em outras palavras, uma miscelânea de elementos determinará o formato da busca, escolha e uso dessa informação, indicando, portanto, o seu comportamento em um sistema informacional.

Este artigo, assim, nasce com a intenção de levantar e selecionar modelos de comportamento do usuário para se informar no escopo da Ciência da Informação (CI), debatendo-os no contexto da percepção de necessidade, busca e uso de informação pelo visitante de museus, à luz dos seus sistemas de informação. Para tanto, utilizou de pesquisa bibliográfica, fazendo uso de documentos recuperados das bases *Scopus*, *Scielo* e *Google Scholar* em língua inglesa e portuguesa, considerando as palavras-chaves “comportamento informacional”, “modelos de busca e uso de informações”, “modelos de comportamento para se informar” e “comportamento para se informar em museus”. Filtros de ano de publicação não foram empregados, uma vez que a intenção de recuperação não se baseou em estudos recentes, mas sim, naqueles que convergiam melhor com o universo dos museus e suas narrativas.

Justifica-se este estudo, primeiramente, pelo fato de que, segundo Barbosa (2012), ao se compreender o comportamento informacional do usuário em um sistema de informação, seus gestores poderão capacitá-lo mais efetivamente para melhor servir às necessidades de seu público. Em segundo, justifica-se pelo aumento do número de visitantes observado nos museus no atual contexto contemporâneo. Segundo o Formulário de Visitação Anual (2017), por exemplo, somente no Brasil em 2017, essas instituições receberam cerca de 32 milhões de visitantes; em 2016, 28 milhões e em um ano antes, em 2015, 25 milhões - denotando uma curva de crescimento ascendente nos períodos analisados. Resultado disso, é que para além do público usual dessas entidades observa-se, gradativamente, a presença de diferentes tipos de audiências em suas instalações, fator que segundo Gouveia Junior e Galindo (2012) passa a exigir a realização de um trabalho mais concreto em se tratando da produção de informações para atendimento das diferentes audiências que permeiam estes espaços.

Em se tratando de estrutura, o artigo compõe-se em oito seções. Além da introdução, a segunda elucida o conceito do sistema de informação museal (SIM) e suas origens. A terceira, salienta o nascimento e evolução dos Estudos de Usuários. A quarta, apresenta os procedimentos

metodológicos. A quinta, analisa os modelos de comportamento para se informar, resultantes do processo de revisão bibliográfica. A sexta, discute o comportamento de necessidade, busca e uso de informação, aplicado aos SIM's. A sétima discorre sobre os resultados, apresentando o modelo proposto. A oitava, salienta as considerações do texto.

2 O SISTEMA DE INFORMAÇÃO MUSEAL (SIM)

De acordo com Gouveia Junior e Galindo (2012), a transladação das instituições museológicas mundiais de locais destinados à salvaguarda de coleções diversas para sistemas provedores e condutores de informação, perpassa, essencialmente, pelo contexto de dois fenômenos advindos do século XX. O primeiro denomina-se 'Nova Museologia', e o segundo, 'Sociedade da Informação'.

Historicamente, a 'Nova Museologia' tem suas origens na França, no ano de 1968, quando um grupo de parisienses se reuniram com o propósito de contestar as instituições museais, vistas naquele período como entidades que não conseguiam superar inclinações essencialmente burguesas. O fenômeno, portanto, trouxe à tona uma visão inovadora sobre a realidade museológica, resultando na proposição de dois pilares, sendo: 1º) **A democratização cultural**: que abrange a concepção de que o museu é um instrumento a serviço da sociedade, detendo como missão a transmissão de conhecimentos provenientes de suas coleções aos seus públicos; e 2º) **O museu como campo de reflexão teórica e epistemológica**: envolvendo a metamorfose da primazia das necessidades de informação e aprendizagem do visitante sobre a isolada conservação de um objeto (FERNANDEZ, 1999).

Isso significa que a ênfase proposta para estas instituições deslocar-se-ia da apresentação de artefatos isolados para a construção de representações que elucidassem os contextos socioculturais nos quais estes apetrechos estivessem inseridos, para que então fossem compartilhadas as informações resultantes desse processo com o maior e mais diferenciado público possível.

Nesse âmbito, vê-se que o museu, desde os anos 1960, passa a preocupar-se mais efetivamente com a comunidade em que está inserido, sendo esta uma das suas novas responsabilidades proclamadas pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM, 1984). Este compromisso fez com que estas instituições estivessem expostas a constantes transformações, uma vez que se sensibilizam, constantemente, pelas vicissitudes provenientes do corpo social mundial.

Segundo Fernandez (1999), a evolução do pensamento museológico implica numa reflexão sobre a melhor forma do museu servir a aldeia global, adaptando-se às suas carências. Exemplo disso é que a partir da segunda metade do século XX, museus de todo o mundo começaram a

direcionar ações de melhoria em se tratando dos serviços de informação prestados ao seu público. Este cenário caminha em consonância com as mudanças universais ocorridas neste mesmo período, provenientes do expansivo progresso das tecnologias da informação, que fortalecera a ideia de uma indispensabilidade no processo de transmissão da informação na sociedade, para o seu profícuo desenvolvimento.

Padilha, Café e Silva (2014) acrescentam que, juntamente ao advento da 'Nova Museologia', a sociedade passou a viver em um novo mundo, constituído por comunidades, progressivamente, mais imediatistas e comunicativas, demandadoras constantes de informações. Essa sociedade, alcunhada por "Sociedade da Informação", passa a ser definida a partir de um fenômeno global, que mobiliza os variados meios de comunicação a interagirem com os indivíduos, em um processo de criação e difusão informacional ininterrupta.

Este cenário acaba por impactar as instituições museais, uma vez que, ao serem colocadas mediante a este paradigma, passaram a se preocupar com o atendimento das novas expectativas geradas pelos sujeitos sociais dali em diante. Resultado é que os museus começaram a destinar, paulatinamente, ações em torno da gestão do seu conhecimento, na tentativa de maximizar conexões com o seu público e, conseqüentemente, atender aos requisitos de uma comunidade cada vez mais estimulada pelo crescente armazenamento de informações (PADILHA, CAFÉ e SILVA, 2014).

Adicionalmente, vê-se, com o crescimento do número de instituições museais ao redor do mundo e o aumento do seu número de visitantes, que a informação no museu passou também a ser valorizada em relação aos serviços oferecidos pela entidade, englobando recursos como a sua sinalização; materiais informativos; mapas de localização e informes de visita que facilitam a passagem dos visitantes destes espaços em suas instalações (GOUVEIA JUNIOR e GALINDO, 2012).

Desse modo, ao perceber a importância do fenômeno informação no interior das instituições museais, autores como Gouveia Junior e Galindo (2012) e Marques (2010) passaram a difundir a ideia de que essas entidades poderiam ser encaradas a partir dos princípios de um sistema, que produz e conduz informação especializada:

As instituições que têm a informação como um dos recursos fundamentais, como é o caso dos museus, podem ser entendidas sob a perspectiva de um sistema. Se pensarmos em termos de gestão de informação das coleções, de exposição ou de educação, veremos que o museu possui características funcionais que o aproximam ao de um sistema de informação (MARQUES, 2010, p. 92).

Com isso, percebe-se que o conceito subjacente ao pensamento sistêmico contribui para a compreensão do museu enquanto espaço que procura desenvolver relações construtivas de informação entre as suas coleções e o público. Em sùmula, verifica-se que perceber um museu como um sistema de informações implica encarar a entidade como responsável por disponibilizar meios de transmissão da informação que produz, gerindo subsistemas capazes de possibilitar a comunicação dos dados oriundos dos objetos de suas coleções (MARQUES, 2010).

Assim, se o museu se constitui em um sistema construído com a intenção de produzir e transferir informações - comunicando evidências de modo a propiciar acesso às suas coleções - acaba por apresentar, em suas dependências, usuários que se encontram, comumente, com um comportamento de necessidade, busca e uso informacional. É por este motivo, portanto, que o tópico a seguir abriga a discussão da origem e evolução dos “Estudos de Usuários” no âmbito da CI.

3 ORIGEM E EVOLUÇÃO DOS ESTUDOS DE USUÁRIOS

No escopo da área investigativa da CI, os projetos destinados à compreensão das necessidades, buscas e usos da informação pelos cidadãos e dos sistemas de informação que utilizam, fazem parte do domínio dos ‘Estudos de Usuários’.

Para Choo (2006), o marco da intenção de se identificar como os indivíduos sociais buscam e usam informação, dá-se por meio da Conferência *Royal Society*, realizada em 1948 na Inglaterra. A conferência, segundo o autor, teve como propósito a identificação de como os cientistas procediam para obter informação especializada nos seus campos de conhecimento (o que liam, o uso que davam às informações), outorgando uma largada ao desenvolvimento de observações relacionadas ao comportamento do usuário da informação no âmbito científico, desde então.

Os primeiros estudos de usuários, assim, foram desenvolvidos sob um paradigma clássico, reconhecido através da titulação “abordagem tradicional”. Inicialmente, tais estudos centraram-se nos diversos sistemas de informação existentes - a exemplo das bibliotecas, arquivos e museus - pautando-se de metodologias eminentemente quantitativas, como é o caso das pesquisas bibliométricas, análise de citações, levantamento de documentos utilizados, etc. (FERREIRA, 1995).

Já em meados da década de 1970, novos alicerces ideológicos para esses estudos surgiram, enfatizando a exigência de uma abordagem que atendesse, de fato, aos propósitos da “Sociedade da Informação” queurgia. Essa mudança conceitual, assim, ocorreu em virtude de que a comunidade começou a tornar-se mais imediatista com as informações que demandava, fruto, especialmente, dos avanços provenientes das novas tecnologias que emergiam. Logo, em um



mundo acrescido de possibilidades comunicacionais e com necessidades informativas tão diversificadas, percebeu-se que estudos de usuários com ênfases exclusivamente baseadas nos sistemas de informação já não se mostravam suficientemente adequados para responder aos desafios vigentes (FERREIRA, 1995).

Com isso, acabou-se despertando uma nova perspectiva desses estudos, dedicada à compreensão do comportamento informacional do indivíduo em relação ao sistema de informação. Essa abordagem recebeu a nomenclatura de “alternativa”, sendo responsável por elevar o usuário ao *status* de protagonista das investigações em sistemas informacionais desde então.

Assim, quando os primeiros Estudos de Usuários dedicados ao paradigma alternativo surgiram, observou-se o desencadeamento de uma série de modelos que vislumbravam, principalmente, compreender e descrever o fluxo de atividades que envolviam o comportamento do sujeito social para se informar. Essa multiplicidade de pesquisas, portanto, fora buscada por este artigo, visando identificar modelos de comportamento para se informar que poderiam ser discutidos no contexto dos SIM's. A seção 4, desse modo, denota os passos metodológicos alcunhados nesta investigação, em vias de progredir rumo aos objetivos delineados no início deste texto.

4 METODOLOGIA

Este artigo possui natureza qualitativa, tendo como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica. De acordo com Prodanov e Freitas (2013), este tipo de pesquisa baseia-se no uso de material já publicado, visando colocar o pesquisador em contato com materiais já escritos sobre o assunto em que deseja investigar.

Sobre o trabalho de recuperação dos documentos, salienta-se que: a) utilizou-se de publicações em língua inglesa e portuguesa; b) as palavras-chaves “comportamento informacional”, “modelos de busca e uso de informações”, “modelos de comportamento para se informar” e “comportamento para se informar em museus” foram empregadas nas bases *Scopus* e *Scielo* - disponíveis à pesquisadores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) com o uso das credenciais do portal “MinhaUFMG”, e *Google Scholar* - de acesso aberto; c) filtros de ano de publicação da pesquisa não foram usados, uma vez que a intenção de recuperação não se baseou em estudos mais recentes, mas sim, naqueles modelos que convergiam melhor com o universo dos museus; d) para determinar os modelos mais adequados ao debate neste artigo (item c) o critério de seleção fora a menção destes em trabalhos já publicados, que fizessem correlação com as unidades de informação e cultura, como é o caso dos estudos de Barbosa (2012), Ohtoshi (2013),



Rolim e Cendón (2013), Nascimento e Vitoriano (2017) e Garcia e Santana (2018) que, em diferentes níveis, referenciam os estudos de Belkin (1980), Wilson (1981, 1999), Taylor (1991), Dervin (1992), Kuhlthau (1993) e Choo (2006) na perspectiva de museus, arquivos e bibliotecas; e e) a partir da análise dos documentos recuperados, foram realizados fichamentos, para que então, fosse iniciado o processo de construção e redação deste artigo.

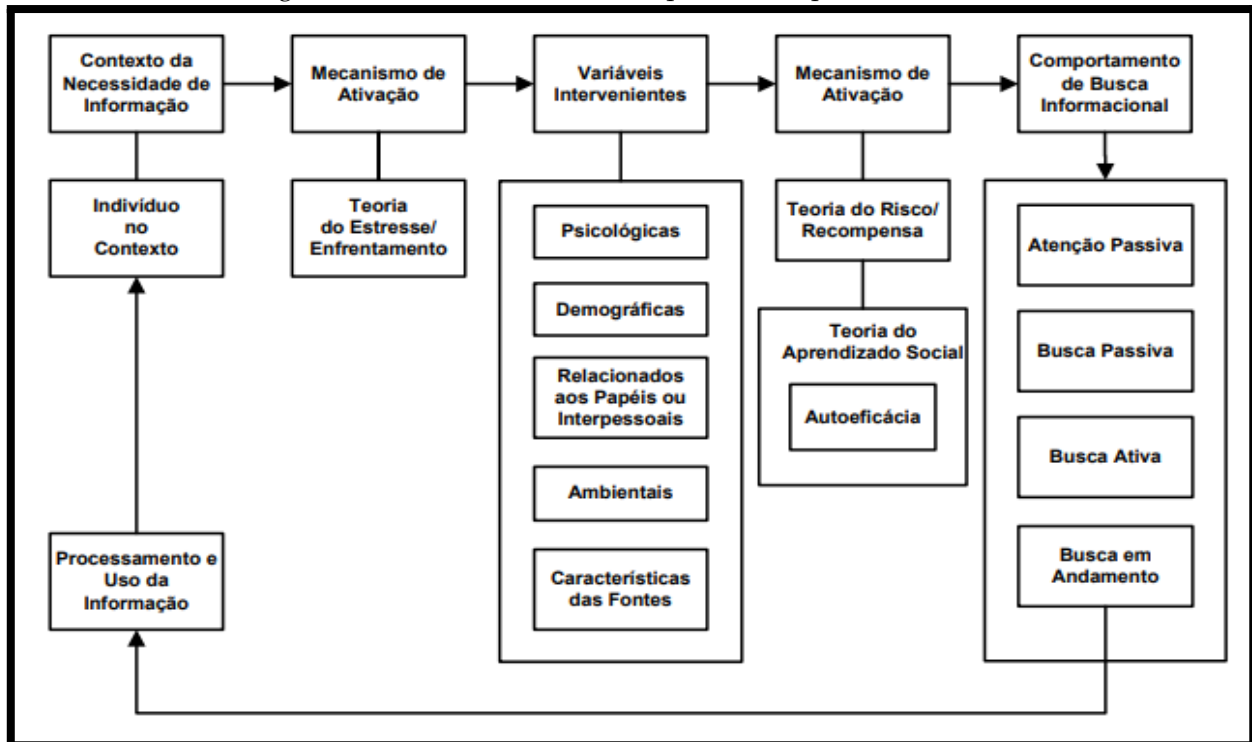
5 MODELOS DE COMPORTAMENTO PARA SE INFORMAR

Anteriormente à apresentação dos modelos de comportamento para se informar identificados, é preciso determinar os conceitos de necessidade, busca e uso informacional. Choo (2006), conceitua o termo ‘necessidade’ de informação como a percepção de uma lacuna de conhecimento por parte do indivíduo que, percebendo tal ocorrência, procura supri-la, buscando informações. Kuhlthau (1993) sustenta a ‘busca’ por informação como a interação do indivíduo com os sistemas de informação existentes, em razão do suprimento de sua necessidade. Quanto ao conceito de ‘uso’, Wilson (1999) o preconiza como aquelas ações envolvidas sobre aquilo que foi encontrado no processo de busca, envolvendo aspectos que englobam a comparação de informações com o conhecimento anterior e novas construções semânticas, corroborando o aprendizado.

Wilson (1981) na tentativa de condensar o decurso do sujeito social em busca de informação, desenvolveu um modelo de comportamento do usuário para se informar. Sinteticamente, apresenta o indivíduo passando por uma “situação problema” onde lhe falta uma informação para prosseguir em uma ocasião específica. Em seguida, são identificados alguns comportamentos referentes ao processo de busca, com a intenção de sanar a questão origem da procura informacional. Essa busca é realizada, segundo o autor, por meio do uso de sistemas de informação ou outras fontes de informação, levando ao sucesso ou falha. O sucesso leva ao seu uso e, quem sabe, transferência a terceiros. O uso, por sua vez, pode causar satisfação (caso a informação obtida atenda às suas expectativas) ou insatisfação, no caso oposto. A falha na busca, em contrapartida, acarreta um ponto de parada no processo, cessando o fluxo por completo.

Anos à frente, entretanto, Wilson (1999) acabou por identificar que o processo para se adquirir, procurar e fazer uso de informações envolve dimensões que foram ignoradas no modelo de 1981. Exemplo disso, seria a exclusão da motivação do usuário para buscar informação, a desconsideração dos níveis de estresse produzidos durante este processo e a idealização de que as falhas acarretaria em uma sessão completa do fluxo. Por esses motivos, Wilson (1999) reelabora seu modelo inicial, publicando-o como o “Modelo revisado de comportamento para se informar”:

Figura 1 - Modelo revisado de comportamento para se informar



Fonte: Wilson (1999, p. 257)

O modelo supracitado apresenta o contexto da necessidade de informação do usuário, acrescentando seus mecanismos de ativação, ou seja, aquilo que irá motivá-lo a buscar a informação, como e em que medida. Neste ponto, o pesquisador debruça-se sobre conceitos inspirados em outras áreas, incluindo a psicologia e a pesquisa de consumidores, resultando na adição da ‘Teoria do estresse e do enfrentamento’, que salienta a observação do porquê algumas necessidades de informação induzem ao comportamento de busca mais do que outras, sugerindo como ponto de ativação, sentimentos como a curiosidade e o estresse.

Os mecanismos de ativação são igualmente afetados no modelo por cinco tipos de variáveis intervenientes, sendo elas: i) predisposições psicológicas (tendência à curiosidade ou aversão ao risco); ii) natureza demográfica (idade, escolaridade); iii) fatores relacionados à sua função social (atuando como um gerente); iv) variáveis ambientais (recursos disponíveis) e; v) as características das fontes (acessibilidade e credibilidade).

Adiante, Wilson (1999) acrescenta outra fase, entre a consciência da necessidade informacional e a atitude requerida para satisfazê-la. Neste momento, faz uso de conceitos provenientes da “Teoria do Risco/Recompensa”, mostrando porque algumas fontes de informação são mais usadas do que outras, consequências de desencadeamentos ou obstruções oriundas das

variáveis intervenientes. Em outros termos, o pesquisador refere-se à forma de se lidar com uma situação ou resolver um problema, ou seja, o custo ou o benefício percebido no processo de busca que levará a pessoa a decidir por engajar-se ou não na procura por informação.

A “Teoria do aprendizado social” atrela-se a porque algumas pessoas perseguem a busca informacional com sucesso e outras não, baseada na própria percepção de autoeficácia. Para Wilson (1999), uma pessoa, mesmo ciente da utilidade de uma fonte de informação, pode falhar no uso dela se estiver insegura sobre sua capacidade de lidar corretamente com essa fonte. Por último, são evidenciados no modelo diferentes tipos de busca de informação (Quadro 1) para que, então, se estabeleçam seus processamentos e usos.

Quadro 1 - Comportamento de busca informacional segundo Wilson

Atenção Passiva	O sujeito não tem como objetivo buscar a informação, mas, a aquisição da informação pode ocorrer em várias formas. Por exemplo, através de um banner informativo na estrada.
Busca Passiva	O sujeito se envolve em situações que propiciam o encontro de informações relevantes e se mantém atento às possíveis informações que lhes chega às mãos. Por exemplo, através de um programa de TV ou noticiário no rádio.
Busca Ativa	O sujeito tem uma percepção consciente da necessidade de informação e busca, de forma intencional, por esta informação. Por exemplo, numa comunicação face-a-face com outra pessoa, ou numa navegação pela Internet.
Busca em Andamento	A busca ativa já estabeleceu uma estrutura básica de ideias, crenças e valores e ocasionalmente tem sua estrutura expandida ou visualizada. Por exemplo, um pesquisador dedicado ao estudo da informação em museus, adquire o mais novo e-book do seu cientista favorito da área.

Fonte: Elaboração própria com base em Wilson (1999)

Dervin (1992), por sua vez, esforçou-se em seu modelo para descrever as peculiaridades cognitivas na busca e uso de informação. A pesquisadora parte do pressuposto de que o indivíduo seria constituído por um quadro de referências interno, formado por experiências anteriores e observações da realidade. Na metáfora de criação de significado (Figura 2), portanto, coloca o usuário da informação como uma pessoa que se move no tempo e espaço, dando passos por meio das experiências. Assim, um novo passo é dado a cada novo movimento. O movimento, todavia, é bloqueado de quando em quando, por uma percepção de vazio cognitivo.

Nessa conjuntura, o modelo é analisado, igualmente, em termos do triângulo do *sensemaking* (Figura 3), onde, inicialmente, existe uma situação em que o usuário percebe uma lacuna ou “gap” de conhecimento. A partir dessas paradas, o indivíduo apoia-se em questões como: ‘O que está me bloqueando nesta situação? Quais são minhas dúvidas ou confusões? Que tipo de ajuda espero receber?’ Fundamentado nesses questionamentos, ele passa a definir técnicas

de buscas que serão visualizadas como a sua “ponte” para aquisição da informação desejada, rumo a transposição do vazio cognitivo existente.

Figura 2 - Metáfora do *Sensemaking*

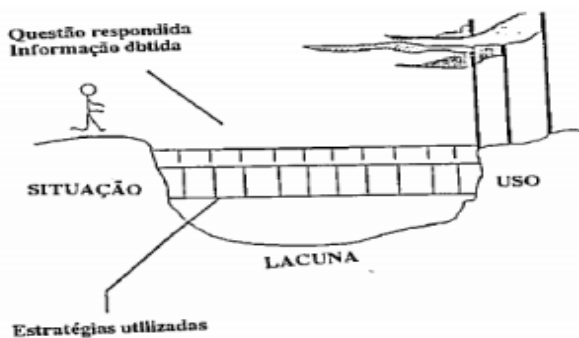


Figura 3 - Triângulo do *Sensemaking*;



Fonte: Dervin (1992, p. 69)

Ao utilizar-se da informação adquirida, o indivíduo é assessorado na criação de novas ideias, na descoberta de diferentes rumos a seguir, na aquisição de capacidades, na conexão com o entorno e no alcance de objetivos, produzindo novos sentidos e criando novos esquemas interiores, que permitirão retomar a cadência de movimento no tempo e espaço em que vive (DERVIN, 1992).

Belkin (1980) contribuiu ao acrescentar a idealização de que cada indivíduo possui um estado de conhecimento sobre um determinado assunto em um determinado momento - sendo esses estados representados pelos conceitos que ele tem do mundo. No momento em que o sujeito constata uma deficiência desse estado de conhecimento, encontra-se em um “estado anômalo de conhecimento”. Com isso, ao tentar obter uma informação que possa corrigir essa condição, avança para um novo grau de conhecimento, que será aplicado na situação, provocando uma transformação de estruturas.

Kuhlthau (1993), por sua parte, desenvolveu proposições que levantaram novos olhares em torno da dinâmica do usuário em busca de informação. A autora evidenciou que concomitantemente à percepção de vazio cognitivo pelo usuário, canalizavam-se sentimentos de incertezas, confusões e outros, que levaram, por sua vez, a construção da dimensão emocional dos estudos de comportamento para se informar. Para ilustração, arquiteta um modelo que representa o processo de criação de significado na busca de informação pelo usuário, dividindo-o em seis estágios, envolvidos com três campos de experiência distintos: o afetivo, o cognitivo e o físico (Quadro 2).

Kuhlthau (1993) reconhece que a análise do processo de busca por informação e suas emoções envolvidas não, necessariamente, seguirão sempre a direção citada em seu modelo. Exemplo disso, perpassa pelo estado de espírito do indivíduo frente à tarefa de busca. Segundo a autora, caso este encontre-se num estado mais investigativo, tende a empreender ações mais expansivas, enquanto uma pessoa num estado mais indicativo prefere ações mais conclusivas.

Quadro 2 - Processo de busca informacional segundo Kuhlthau

Estágios	Tarefa apropriada	Arena Afetiva: Sentimentos comuns	Arena cognitiva: Pensamentos comuns	Arena física: Ações comuns
<i>1. INICIAÇÃO</i>	Reconhecer a necessidade de informação	Insegurança, incerteza, apreensão	“Gap” de conhecimento Pensamentos vagos e ambíguos centrados no problema geral ou área de incerteza	Discutir possíveis tópicos e abordagens
<i>2. SELEÇÃO</i>	Identificar um tema geral a ser investigado	Otimismo (caso a seleção seja positiva) e pessimismo em caso contrário	Escolha de um tema com probabilidade de sucesso e capaz de satisfazer critérios de interesse pessoal	Buscar informações dentro do tema geral
<i>3. EXPLORAÇÃO</i>	Investigar as informações sobre o tema geral para aumentar o entendimento	Confusão, incerteza, dúvida e frustração (caso o SI não atender)	Tomar-se bem informado e orientado para formular um foco ou ponto de vista pessoal	Localizar informação relevante para o tema e relacionar a nova informação ao que já sabe
<i>4. FORMULAÇÃO</i>	Formular o foco para encontrar a informação	Aumento da confiança e diminuição da incerteza. Clareza	Pensamentos mais direcionados, com foco formado sobre o problema; envolve a identificação e seleção de ideias (formulação de hipóteses)	Processo de busca e pesquisa em etapas (processo de construção)
<i>5. COLETA</i>	Reunir as informações pertencentes ao foco	Senso de direção e confiança	Definir, estender e dar suporte ao foco, especificando informações particulares	Juntar a informação pertinente para o problema focado
<i>6. APRESENTAÇÃO</i>	Completar a busca de informação e preparar a apresentação ou resultados para o uso	Alívio, realização e satisfação ou desapontamento	Término da pesquisa com um entendimento personalizado sobre o problema investigado	Pesquisa na qual é observada a diminuição da relevância e o aumento da redundância nas informações encontradas

Fonte: Elaboração própria com base em Kuhlthau (1993)

Seguindo adiante, vê-se que o comportamento do indivíduo na identificação de suas necessidades, busca e uso da informação é influenciado, não somente pelas suas dimensões

cognitivas e emocionais, mas também, pelo meio em que o usuário está envolvido, aliado às suas normas sociais e expectativas inerentes.

Choo (2006), nessa perspectiva, debruça-se sobre os estudos de comportamento para se informar, levantando sua dimensão situacional. Para o autor, as instituições são constituídas por características que acabam por influenciar tanto na busca e uso de informação, quanto nas estruturas requeridas para obtê-las. No seu modelo, portanto, o estágio do ambiente onde a informação é processada e utilizada pelo usuário é o foco principal, apresentando duas distinções. A primeira revela-se por meio do ‘ambiente de processamento da informação’, que é interno ao indivíduo e constituído por suas necessidades cognitivas e reações emocionais. Já a segunda revela-se pelo ‘ambiente de uso da informação’, que é externo ao indivíduo e inclui as condições do meio social que impactam na busca e uso da informação.

Nesse sentido, são destaque do modelo proposto, que o uso dado à informação é situacional, ou seja, o meio social do indivíduo estabelece um contexto para o uso da informação e que o comportamento para se obter e fazer uso de informação é dinâmico, ou seja, o fluxo informacional ocorre em ciclos, interagindo sem ordem predeterminada.

Taylor (1991), nessa perspectiva, já alertava para o fato de que, ao se obter uma nova e útil informação, o sujeito poderia utilizá-la para os mais diferentes contextos e resolutivos. O autor, por conseguinte, condensou em um modelo de oito camadas, as principais categorias de uso da informação nas quais um indivíduo poderia se envolver em seu cotidiano:

Quadro 3 - Categorias de uso da informação segundo Taylor

Esclarecimento	informação utilizada para criar um contexto ou dar significado a uma situação;
Compreensão do problema	informação utilizada de maneira mais específica, para permitir melhor compreensão de um determinado problema;
Instrumental	informação utilizada para que o indivíduo saiba o que e como fazer, e geralmente requer a utilização de outras categorias de uso;
Factual	informação utilizada para determinar os fatos de um fenômeno ou acontecimento, ou seja, para descrever a realidade, e seu uso depende da real qualidade (precisão, confiabilidade) da informação disponível;
Confirmativa	informação utilizada para verificar outra informação, e seu uso envolve a busca de uma segunda opinião para confirmar a informação existente, levar o usuário a reinterpretar a informação, ou decidir em que fonte confiar;
Projetiva	informação utilizada para prever o que provavelmente vai acontecer no futuro, e seu uso envolve previsões, estimativas e probabilidade;
Motivacional	informação utilizada para iniciar ou manter o envolvimento do indivíduo para que ele prossiga num determinado curso de ação;
Pessoal ou política	informação utilizada para criar relacionamentos ou promover melhoria de status, de reputação ou de satisfação pessoal, e seu uso é associado a expressões como obter controle, sair de uma situação difícil e ligar-se a outros

Fonte: Elaboração própria com base em Taylor (1991, p. 230)

A próxima seção, por conseguinte, discutirá a relação observada entre os modelos estudados e o comportamento de necessidade, busca e uso de informação do usuário dos SIM's.

6 NECESSIDADE, BUSCA E USO DE INFORMAÇÃO NOS SIM'S

À vista do exposto até aqui, é significativo debater o processo comportamental do sujeito para informar-se, especificamente, no contexto dos SIM's. Para isso, é importante idealizar o caminho usual percorrido pelo público destas instituições nesses ambientes.

Primeiramente, é necessário imaginar um sujeito adentrando em uma exposição museal. Este lugar, usualmente, encontra-se repleto de objetos os quais, em suas devidas medidas, estarão à disposição do público para deleite. O visitante, em contrapartida, poderá deparar-se com artefatos que não compreende, necessariamente e em totalidade, seus significados.

Nesta ocasião, o indivíduo passa a acessar seu quadro de referências interno, na tentativa de transpor o obstáculo identificado (DERVIN, 1992). Dito com outras palavras, o visitante se lembrará de leituras passadas, de visitas a museus e de vivências do seu cotidiano, para tentar construir algum significado que desvende os elos simbólicos contidos naquela obra. Caso constate, no entanto, uma lacuna de conhecimento em relação àquele objeto, encontrar-se-á, em relação a ele, em um “estado anômalo de conhecimento” (BELKIN, 1980).

Neste caso, pela perspectiva de Wilson (1999), o usuário vivenciará uma “situação problema”, onde lhe falta uma informação para seguir seu curso específico, isto é, prosseguir com a visita ao museu (NASCIMENTO e VITORIANO, 2017). Nesse momento, portanto, a atitude em relação à falta de informação dependerá de uma série de variáveis, as quais determinarão se o visitante perseguirá uma busca pela compreensão daquele tema ou se seguirá seu caminho sem importar-se com a descontinuidade causada pela percepção de vazio cognitivo (DERVIN, 1992).

As variáveis intervenientes (WILSON, 1999), nesta conjuntura, influenciarão diretamente a sua decisão. Em relação às suas predisposições psicológicas, por exemplo, o usuário poderá possuir uma tendência à curiosidade, o que o levará a uma maior inclinação para buscar informações sobre o objeto (BARBOSA, 2012). Por outro lado, caso detenha um perfil mais introspectivo, poderá seguir o percurso da exposição sem questionamentos àquilo que não compreender (KUHLTHAU, 1993).

Em relação a natureza demográfica do indivíduo, sua idade, a exemplo, poderá impactar na sua predisposição para busca. Em dependências museais mais tecnológicas, assim, um visitante mais jovem tenderá, possivelmente, a utilizar dos recursos de busca com maior facilidade do que os idosos, os quais, por sua vez, poderão enfrentar um desafio em meio a um festival tecnológico o qual, não necessariamente, se adegue aos seus comportamentos de busca usuais (BARBOSA, 2012).



Em suas devidas proporções, em seguimento, fatores relacionados à função social do sujeito também poderão influenciar sua decisão de busca. Se, por exemplo, o usuário for um professor, poderá estar à procura de conhecimento para ministrar suas aulas (BARBOSA, 2012). Esse cenário poderá levá-lo a um maior senso de procura por informações sobre o tema da exposição, caso encontre alguma descontinuidade cognitiva em algum momento da visita. As variáveis ambientais, por sua vez, também influenciarão o comportamento informacional, na medida em que o usuário perceber a existência de recursos disponíveis no museu para auxiliá-lo. Por fim, as características das fontes, como a acessibilidade para procurar a informação e a credibilidade do que está escrito, poderão, igualmente, incentivar ou desestimular o sujeito a buscar informações (WILSON, 1999; NASCIMENTO e VITORIANO, 2017).

Destaca-se, também, a existência de estreita correlação entre a visita ao museu e a “Teoria do aprendizado social” de Wilson (1999), dado que, em certos casos, o visitante poderá sentir-se inseguro sobre a sua capacidade de lidar corretamente com o SIM, desistindo ou protelando a busca por informação. Em outros termos, caso o usuário não identifique uma autoeficácia para utilização desse sistema, poderá não dedicar tempo para compreender suas coleções. Seu repertório cultural, crenças, contexto em que vive e outras variáveis poderão, igualmente, influenciar o processo informacional do visitante do museu (CHOO, 2006).

Pode-se inferir que o usuário envolver-se-á com sentimentos afetivos resultantes deste processo, sendo eles: incerteza, ansiedade, dúvida e até mesmo desconforto, naqueles casos em que se sentir inferiorizado por não compreender um objeto cultural. As reações emocionais, portanto, influenciam e são influenciadas pela capacidade do usuário em construir significado, focalizar a procura, distinguir informações relevantes e lidar com as expectativas e aprofundar seu interesse na pesquisa (KUHLTHAU, 1993).

Com isso, caso o indivíduo opte por seguir com a busca informacional poderá iniciar o processo por meio de questões como: ‘O que está faltando para compreender essa exposição? Quais são minhas principais dúvidas? O que significa essa obra?’ Fundamentado nesses questionamentos, passa a definir técnicas de buscas que serão visualizadas como a sua “ponte” rumo à transposição do vazio existente sobre o objeto museal (DERVIN, 1992; OHTOSHI, 2013). A busca por informação no museu poderá ser feita por meio dos seus produtos documentários, como suas etiquetas informativas, áudio-guias, legendas, índices, mediação, visita guiada, folder explicativo, interatividade, inteligência artificial, etc. (ROLIM e CENDÓN, 2013), podendo ser de caráter ativo – ou seja, o indivíduo procurar um funcionário do museu que esteja disponível – ou mais passivo, considerando somente os suportes informacionais já existentes juntamente à obra em

questão (WILSON, 1999). Ademais, a busca poderá resultar em um sentimento de satisfação- caso os produtos documentários do museu atendam às expectativas e necessidades do usuário - ou gerar um sentimento de desapontamento- no caso em que o usuário, não consiga compreender a informação passada ou não a considere suficientemente clara para transpor o 'gap' percebido.

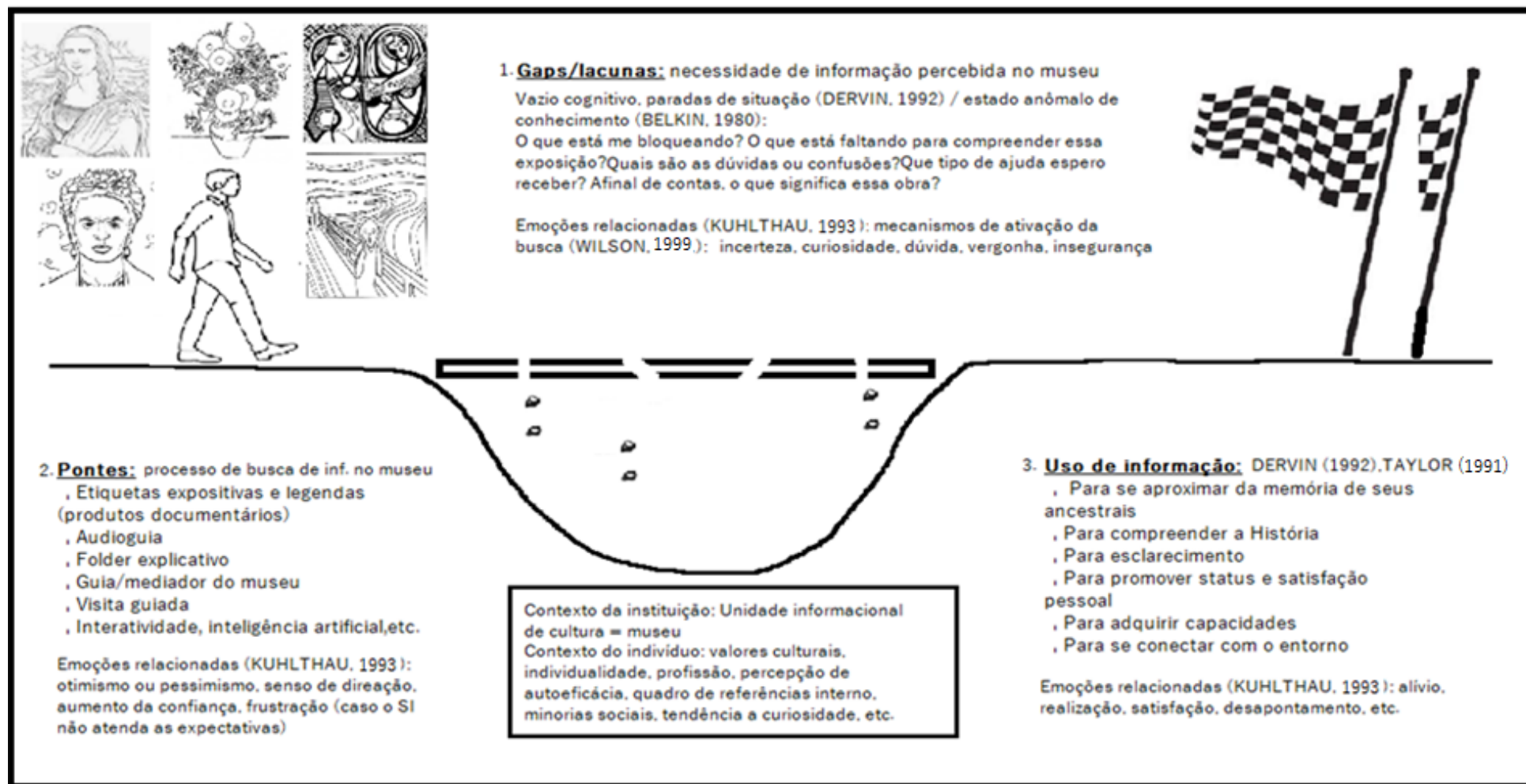
Assim, no caso em que a informação obtida seja percebida e aceita - alterando o estoque mental do usuário (BELKIN,1980) - poderá ser utilizada para uma série de propósitos. O visitante será capaz de fazer uso da informação para: i) esclarecimento (dando significado ao objeto museal); ii) uso factual (utilizando a informação para determinar fenômenos históricos atrelados ao bem cultural); iii) uso motivacional (para sentir-se mais envolvido com a exposição) e/ou; iv) uso pessoal (promovendo satisfação pessoal e melhoria de status) (TAYLOR, 1991). Ou ainda, poderá construir ideias, adquirir capacidades, conectar-se com sua memória social, dentre outros (DERVIN, 1992; GARCIA e SANTANA, 2018).

7. RESULTADOS

O ciclo da informação em SIM's, como apresentado na seção 6, envolve desde a percepção de necessidade informacional do visitante até o julgamento para busca e uso de informação no museu. Remete, portanto, ao fato de que essas instituições devam olhar, estrategicamente, para seus produtos documentários (que são, usualmente, os pontos focais de busca por informação nestes espaços) em vias de atender às necessidades informacionais de suas audiências. Sabe-se com o exposto, todavia, que os usuários de museus são pessoas com características distintas, e que, conseqüentemente, demonstrarão variados comportamentos informacionais. É por isso que os SIM's devem levantar quais são os seus diferentes públicos - ou seja, para quem destina a sua informação - para que, então, consigam adaptar, em maior grau, seus produtos documentários às necessidades destes usuários.

Vê-se, adicionalmente, que a discussão preliminar sobre os modelos de comportamento para se informar discutidos no âmbito dos SIM's gerou frutos. A Figura 4, portanto, apresenta ilustrativamente um visitante de museu, enfatizando o contexto institucional e o contexto individual, abarcando seus valores e percepções. Além disso, engloba o cenário do "gap" de conhecimento ao não compreender um objeto cultural em específico, as pontes para busca e os propósitos de uso da informação. A "ponte" apresenta ranhuras na figura, uma vez que pode acontecer de os SIM's não serem capazes de satisfazer, em totalidade, as necessidades informacionais de todos os usuários reais ou potenciais que, porventura, adentrem às suas dependências.

Figura 4 - Modelo de comportamento para se informar em SIM's



Fonte: Elaboração própria com base em dados de pesquisa (2021)

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo levantar e selecionar modelos de comportamento do usuário para se informar no escopo CI, debatendo-os no contexto da percepção de necessidade, busca e uso de informação pelo visitante de museus, à luz dos seus sistemas de informação.

A partir dos resultados alcançados, considera-se que tal objetivo foi cumprido. Como contribuições, o trabalho levantou modelos de comportamento para se informar, como os de Belkin (1980), Dervin (1992), Kuhlthau (1993), Wilson (1999) e Choo (2006), elevando suas proposições ao campo do usuário de informação de museus, discorrendo, assim, desde seus 'gaps' de conhecimento identificados nas visitas às exposições museais, até os seus processos de busca e uso informacional.

Com o andamento das buscas nas plataformas indicadas neste trabalho, verificou-se que estudos dedicados à compreensão do comportamento informacional do visitante de museus são raros na área, revelando, portanto, a relevância em se salientar, ao menos preliminarmente, aspectos existentes neste contexto, dentro dos SIM's.

O modelo de comportamento para se informar em SIM's (Figura 4), portanto, contribui ao revelar as possibilidades existentes nos processos de busca de informação em museus, assim como as principais relações entre as fases da necessidade e uso da informação pelo usuário deste sistema de informação. Faz, igualmente, refletir sobre o comportamento informacional do visitante dessas entidades, tornando-se, inclusive, importante subsídio de reflexão estratégica para aqueles que fazem a gestão dos serviços informacionais nessas entidades, ou seja, seus gestores, curadores e funcionários.

Ressalta-se que o modelo em questão dita os principais encadeamentos identificados na literatura estudada sobre o comportamento informacional - aplicado no decurso do visitante de museus - todavia, por tratar-se de parte do resultado de uma tese de doutorado em andamento em Ciência da Informação pela UFMG, poderá ser contemplado, futuramente, com novos preceitos e atributos relevantes a temática em questão. Isso significa, em outros termos, que o modelo de comportamento para se informar em SIM's produzido aqui, ainda poderá ser rediscutido e atualizado considerando o aprofundamento do estudo bibliográfico gerador deste texto.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, T. K. **Oferta e demanda de informação da Biblioteca Virtual em Saúde: BVS Bioética e Diplomacia em Saúde**. Dissertação Mestrado Ciência da Informação – Universidade de Brasília. Brasília, 2012.

BELKIN, N. J. Anomalous states of knowledge as a basis for information retrieval. **Canadian Journal of Information Science**, v.5, p.133-143, 1980.

CHOO, C. W. **Research in information and Knowledge Management**. Brasília-DF, 2006.

DANTAS, E. B. **Gestão da informação sobre a satisfação de clientes e orientação para o Mercado**. Tese (Doutorado em CI) - Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

DERVIN, B. From the mind' eye of the user: the Sense-Making qualitative-quantitative methodology. In: GLAZIER, J.D., POWELL, R.R. (orgs.). **Qualitative Research in Information Management**. Englewood: Libraries, p.61-84, 1992.

FERNÁNDEZ, L. A. **Introducción a la nueva museología**. Madrid: Alianza Editorial, 1999.

FERREIRA, S. M. S. P. Novos paradigmas e novos usuários de informação. **Ciência da Informação** - Vol 25, 2, 1995.

FORMULÁRIO DE VISITAÇÃO ANUAL (FVA) - Resultados 2017. Disponível em: <<https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2018/07/RESULTADOS-FVA-20171.pdf>> Acesso: 11/10/2020.

GARCIA, G. P. C.; SANTANA, Y. D. Os usuários da Informação no arquivo: perspectivas de aproximação e aplicação no âmbito dos estudos da Ciência da Informação. V. 8, 2; 2018; **e-Ciencias** de la Información.

GOUVEIA JUNIOR, M.; GALINDO, M. Sistemas memórias como disseminadores de informação. **TransInformação**, Campinas, 24(3):207-217, 2012.

ICOM, International Council of Museums. **Declaração de Quebec** – Quebec, 1984.

KUHLTHAU, C. C. A Principle of Uncertainty for Information Seeking. **Journal of Documentation**, v.49, n.4, p.339-355, 1993.

MARQUES, I. C. **O museu como sistema de informação**. Dissertação Mestrado em Museologia –Universidade do Porto. Portugal, 2010.

NASCIMENTO, N. M.; VITORIANO, M. C. C. P. Comportamento informacional nas organizações: a busca e o uso de informações no processo de avaliação documental. **ÁGORA**, Florianópolis, v. 27, n. 54, p. 126-157, 2017.

OHTOSHI, P. H. **O comportamento informacional**: estudo com especialistas em segurança da informação e criptografia integrantes da RENASIC/COMSIC. Dissertação (Mestrado Ciência da Informação) Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

PADILHA, R. C.; CAFÉ, L.; SILVA, E. L. O papel das instituições museológicas na sociedade da informação/conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.19, n.2, p.68-82, 2014.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Rio Grande do Sul, 2013.

ROLIM, E. A.; CENDON, B. V. Modelos teóricos de estudos de usuários na ciência da informação. **DataGramZero**, v.14 n.2 2013.

TAYLOR, R.S. Information Use Environments. In: DERVIN, B.; VOIGT, M.J. (Orgs.). **Progress in Communication Science**. Norwood: Ablex, p.217-255, 1991.



WILSON, T. D. Models in information behavior research. **Journal of Documentation**, London, v.55, n.3, p.249-270, 1999.

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

