

Comportamentos e modelos informacionais da geração Google: contributos para o perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal

Maria José Oliveira Fernandes

Dissertação de Mestrado em Gestão e Curadoria da Informação

Maria José Oliveira Fernandes,
Comportamentos e modelos
informacionais da geração Google:
contributos para o perfil das gestoras e
curadoras de informação em Portugal,
2020

Agosto, 2020



Comportamentos e modelos informacionais da geração Google: contributos para o perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal

Maria José Oliveira Fernandes

Dissertação de Mestrado em Gestão e Curadoria da Informação

Orientadora: Professora Doutora Paula Alexandra Ochôa de Carvalho Telo

Agosto, 2020

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Curadoria da Informação, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Paula Alexandra Ochôa de Carvalho Telo.

DECLARAÇÃO

Declaro que esta Dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

A candidata,

Maria José Oliveira Fernandes

Lisboa, 3 de agosto de 2020

Declaro que esta Dissertação se encontra em condições de ser apreciada pelo júri a designar.

A orientadora,

Paula Alexandra Odete de Gusmão Telo

Lisboa, 3 de Agosto de 2020

À minha família e ao Gui, pelo seu amor

AGRADECIMENTOS

Uma dissertação nunca se escreve sozinha. Ao longo desta caminhada foram vários os seus intervenientes. A primeira e mais importante foi a Professora Paula Ochôa que prontamente ouviu todas as minhas divagações e sonhos, orientando-me magistralmente com as suas sugestões teóricas e metodológicas ao longo deste ciclo. Não podia estar mais grata pela sua generosidade e apoio na área de investigação.

Em segundo lugar, quero agradecer às minhas colegas de mestrado, Marina e Gislane, pela amizade e companheirismo ao longo deste percurso, por todos os momentos em que frustrações e ansiedades falavam mais alto e por todos os bons momentos que partilhamos. Agradeço igualmente a todos os restantes colegas, em especial, a todas as que amavelmente cederam os seus modelos de comportamento informacional para que esta dissertação pudesse ser realizada.

Em terceiro lugar, agradeço à minha querida amiga Maggie pela cuidadosa revisão de toda a dissertação, ao meu irmão Nuno que sempre me ouviu e me apoiou nesta caminhada e a Deus pela companhia nas horas de reflexão e angústia.

Por último, mas não menos importante, quero agradecer ao Guilherme, namorado e melhor amigo há mais de 6 anos, que acompanhou todo o meu percurso académico sempre com palavras de motivação e de incentivo, mesmo quando o desânimo se abatia sobre mim. Aos meus pais, sem eles nada disto seria possível, por terem sempre acreditado em mim e terem apostado na minha formação, mesmo quando isso lhes custou uma distância de quase 400km.

Obrigada, obrigada, obrigada!

Comportamentos e modelos informacionais da geração Google: contributos para o perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal

Maria José Oliveira Fernandes

Resumo

O comportamento informacional (C.Info) é um tema que tem vindo a ser estudado sob várias perspetivas e áreas do conhecimento, constituindo uma preocupação dos investigadores o modo como os seres humanos procuram e usam a informação. Por seu turno, a área da Ciência da Informação (CI) tem vindo a dedicar-se a este tipo de estudos desde a década de 1940 e, a partir de 1980, os seus estudos passaram a ser focados nos C.Info dos seres humanos e, conseqüente, nos C.Info quotidianos.

Partindo das evidências do C.Info de mulheres trabalhadoras-estudantes do Mestrado em gestão e curadoria da informação (GCI), explora-se o comportamento destas no seu contexto e meio ambiente, através de processos de categorização das várias etapas dos modelos de C.Info por elas elaborados. Além da relevância que estes assumem no delinear do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal, graças à inferência das suas competências e habilidades. A análise comparativa realizada entre as gerações que compõem a amostra deste estudo - geração Y (nascidas entre 1978-1993) e geração Google (nascidas entre 1994 até aos anos 2000) - permitiu estabelecer as diferenças e semelhanças entre elas. Procurou-se ainda analisar se a GCI poderá ser uma profissão do futuro.

Utilizou-se para tal um enquadramento teórico-conceitual informado pela CI e pela produção bibliográfica sobre C.Info interpretada à luz da GCI. Quanto aos procedimentos metodológicos, esta dissertação configura-se como um estudo de caso de carácter exploratório-descritivo e de natureza qualitativa, com análise documental e comparativa dos modelos de CI realizados por dez Estudantes mulheres do mestrado em GCI e pertencentes a duas gerações supostamente distintas.

O estudo dos modelos de C.Info, com especial enfoque nos da geração Google, revela o quão esta geração está dependente da tecnologia e dos ecrãs, assim como da Internet como meio de comunicação. Isto é especialmente visível na procura de informação em que as fontes de informação informais preenchem o seu quotidiano e a seleção e validação das fontes de informação não é um processo tido em conta no seu comportamento.

Conclui-se que as futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal possuem perfis híbridos com competências transversais e interdisciplinares. Não obstante, estas características verificam-se também nas Estudantes da geração Y, as quais pertencem ao mesmo tipo social que as Estudantes da geração Google, inferindo-se que com a globalização e a era da Internet não se afigura tão relevante a geração em que nascem, mas o “small world” a que pertencem (Chatman, 2000).

Palavras-chave: Gestão e curadoria da informação; comportamento informacional; modelos de comportamento informacional; mulheres; gerações.

Google Generation informational behaviours and models: contributions to the profile of future information managers and curators in Portugal

Maria José Oliveira Fernandes

Abstract

Information behaviour is a subject matter that has been studied from multiples perspectives and fields of knowledge. Furthermore, the researchers are concerned with the way human beings seek and use information. The Information Science field has been dedicated to this topic since the 1940s and, since 1980, it started to be focused on the information behaviour of human beings and, consequently, in the daily information behaviour.

Based on the information behaviour evidence of female worker-students of the master's in management and information curation, it was explored their behaviour in their context and environment, through processes of categorization of the various stages of the information behaviour models produced by them. Also, the relevance it assumes in outlining the profile of future information managers and curators in Portugal, due to the inference of their skills and abilities. The comparative analysis carried out between the generations that integrates the analysed sample of this study - generation Y (born between 1978-1993) and generation Google (born between 1994 until the 2000s) - allowed to establish the differences and similarities between them. It also sought to analyse whether information management and curation could be a profession of the future.

A theoretical-conceptual framework portrayed by Information Science and by the bibliographic production on information behaviour interpreted according to information management and curation was used in this dissertation. As for the methodological procedures, it is a case study with an exploratory-descriptive character and a qualitative nature, with a documental and comparative analysis of the information behaviour models carried out by ten female students of the master's degree belonging to two generations supposedly different.

The study of information behaviour models, with a special focus on those of the Google generation, reveals how this generation is dependent on technology and screens, as well as on the Internet as a means of communication. This is especially visible in the search for information in which informal sources of information fill their daily lives, and the selection and validation of sources of information is not a process considered in their behaviour.

It is concluded that future information managers and curators in Portugal have hybrid profiles with transversal and interdisciplinary skills. Nevertheless, these characteristics can also be seen in Generation Y students, who belong to the same social environment as Google Generation students. It implies that, with the globalization and the Internet era, the generation in which they are born is not as important as the "small world" to which they belong (Chatman, 2000).

Keywords: Information management and curation; information behaviour; information behaviour models; women; generations.

Lista de publicações

Silva, G., Fernandes, M., & Aleixo, M. (2019). Comportamento informacional e literacia digital: uma experiência pedagógica. *Literacia, Media e Cidadania: Livro de Atas do 5º Congresso*, 424–436.

Lista de abreviaturas

CI	Ciência da Informação
C.Info	Comportamento informacional
GCI	Gestão e curadoria da informação
GI	Gestão de Informação
I-D	Informação-Documentação
OP I-D	Observatório da Profissão de Informação-Documentação
TIC	Tecnologias da informação e comunicação
UCL	University College of London

Índice de figuras

Figura 1 Comportamento de procura de informação e os seus subconceitos (procura, pesquisa e aquisição de informação).	12
Figura 2 C.Info e os seus subconceitos (necessidade informacional; comportamento de procura de informação; comportamento de uso de informação).	14
Figura 3 Modelo de comportamento informacional por Wilson (1981a).....	17
Figura 4 Modelo de necessidade e procura de informação por Wilson (1981b).....	18
Figura 5 Modelo de pesquisa de informação por Krikelas (1983).	19
Figura 6 Metáfora Sense-making por Dervin (1983a).....	20
Figura 7 Modelo de comportamento informacional por Wilson (1996).	21
Figura 8 Modelo de processo de atividade por Wilson (2006).....	23
Figura 9 Modelo do ciclo de vida da informação.	39
Figura 10 Competências do Gestor e Curador da Informação (baseado em Kim, Warga & Moen, 2013).	41
Figura 11 Modelo conceptual.	49
Figura 12 Modelo dos procedimentos metodológicos.....	51
Figura 13 Modelo global dos comportamentos informacionais da geração Google.	86

Índice de tabelas

Tabela 1 Fases da análise de conteúdo [baseado em Bardin (1977) e Denzin e Lincoln (2005)].	56
Tabela 2 Características sociodemográficas da amostra.	60
Tabela 3 Características sociodemográficas e estudo de múltiplos casos da amostra....	61
Tabela 4 Etapas dos modelos de C.Info de Dervin (1983), Krikelas (1983) e Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006).	67
Tabela 5 Unidades de registo versus Unidades de análise.	69
Tabela 6 Categoria: tempo por Dervin (1983).	69
Tabela 7 Categoria: situação por Dervin (1983).	71
Tabela 8 Top 3 das situações informacionais de cada Estudante.	72
Tabela 9 Categorias: ambiente (Krikelas, 1983; Wilson, 1981b, 1997b, 2006) e contexto (Dervin, 1983a; Wilson, 1997b, 2006).	73
Tabela 10 Categoria: artefactos mediadores (Wilson, 2006).	74
Tabela 11 Artefactos mediadores nomeados pelas Estudantes.	75
Tabela 12 Categoria: sujeito (Wilson, 2006).	76
Tabela 13 Categoria: comportamento de procura de informação – pesquisa ativa e pesquisa passiva (Wilson, 1997).	77
Tabela 14 Categoria: fonte preferida – interna e/ou externa (Krikelas 1983).	78
Tabela 15 Categoria: necessidade informacional (Wilson, 1981a; Krikelas, 1983).	79
Tabela 16 Categoria: barreiras pessoais, interpessoais e ambientais (Wilson, 1981b).	80
Tabela 17 Categoria: troca de informação (Wilson 1981a).	81
Tabela 18 Categoria: satisfação ou não-satisfação (Wilson, 1981a).	81
Tabela 19 Categoria: resultados (Dervin, 1983).	82
Tabela 20 Categoria: procura em sistemas de informação ou procura noutras fontes de informação (Wilson, 1981a).	83

Tabela 21 Competências e habilidades informacionais e digitais das gerações ligadas ao ciclo de vida da informação.....	105
---	-----

Índice

1. Introdução.....	1
2. Estado de arte.....	4
2.1 Comportamento informacional	5
2.1.1 Informação	7
2.1.2 Necessidade informacional	9
2.1.3 Comportamento de procura de informação.....	10
2.1.4 Comportamento de uso de informação.....	13
2.2 Modelos de comportamento informacional	15
2.2.1 Modelos de Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006), Krikelas (1983) e Dervin (1983).....	16
2.3 Teorias aplicadas ao comportamento informacional	24
2.4 Geração Google	28
2.4.1 Competências da Geração Google para o delineamento de perfis	32
2.5 Gestão e curadoria da informação.....	37
3. Estádio conceptual.....	43
3.1 Problematização da investigação	43
3.1.1 Objetivos da investigação.....	44
3.2 Formulação de hipóteses.....	45
3.3 Modelo conceptual.....	48
4. Metodologia.....	50
4.1 Procedimentos metodológicos	50
4.1.1 Paradigma e visão epistemológica	51
4.1.2 Tipo de estudo quanto à abordagem.....	52
4.1.3 Tipo de estudo quanto ao objetivo geral	53

4.1.4 Tipo de estudo quanto aos procedimentos técnicos	54
4.1.5 Instrumentos de pesquisa	54
4.2 Definição da amostra	56
4.3 Recolha de dados	61
4.4. Preocupações éticas	63
5. Análise de conteúdo e análise comparativa dos modelos de comportamento informativo.....	65
5.1 Tempo	69
5.2 Situação informativa	70
5.3 Ambiente e contexto	73
5.4 Artefactos mediadores	74
5.5 Sujeito	76
5.6 Comportamento de procura de informação: pesquisa ativa/pesquisa passiva .	77
5.7 Fonte preferida: interna e externa	78
5.8 Necessidade informativa	79
5.9 Barreiras pessoais, interpessoais e ambientais.....	80
5.10 Troca de informação	80
5.11 Satisfação ou não-satisfação	81
5.12 Resultados	82
5.13 Procura em sistemas de informação ou procura noutras fontes de informação..	82
5.14 Modelo global dos comportamentos informativos da geração Google.....	85
6. Discussão dos resultados	88
6.1 Fatores influenciadores do comportamento informativo	89
6.2 Procura em sistemas de informação ou noutras fontes de informação através de artefactos mediadores	92
6.3 Situação informativa e tempo	97
6.4 Fonte preferida nas situações informativas e a troca de informação	99

6.5 Barreiras que levam à Satisfação-não satisfação e aos Resultados.....	100
7. Contributos para o perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal.....	103
7.1 Competências e habilidades inferidas dos modelos de comportamento informacional	104
7.2 Perfil das futuras gestoras e curadoras de informação.....	108
8. Conclusão	111
Bibliografia.....	117
Anexos.....	127

1. Introdução

O estudo do comportamento informacional (C.Info) é transversal a um leque muito variado de áreas do conhecimento, como por exemplo psicologia, sociologia, estudos de comunicação, marketing, ciências da saúde, ciência da informação (CI), gestão e curadoria da informação (GCI), entre outras. Uma das preocupações destas áreas está relacionada com o modo como o indivíduo procura, encontra e usa a informação no seu contexto e meio ambiente. Por conseguinte, esta interdisciplinaridade do tema em questão permite que todos os aspetos da informação sejam investigados e interconectados (Koja-Odongo & Mostert, 2006), permitindo uma visão holística sobre o mesmo.

Atualmente, a procura de informação é também, por si só, mais holística, na medida em que toda a informação que é procurada está à distância de um dispositivo eletrónico com acesso à internet, no qual se pode “googlar” qualquer necessidade ou incerteza que tenha surgido, desencadeando um C.Info. Por outras palavras, uma necessidade de informação surge e para encontrar uma resposta/solução o indivíduo envolve-se num comportamento de procura de informação, através de sistemas informacionais formais ou em outras fontes de informação. Após encontrar a informação pretendida o indivíduo pode usá-la e, assim, satisfazer a sua necessidade inicial (Wilson, 1981).

Segundo a perspectiva da área da CI, foram vários os investigadores que desenvolveram modelos de C. Info (por ex.: Agosto & Hughes-Hassell, 2006; Bawden, 2006; Dervin, 1983a; Krikelas, 1983; McKenzie, 2003; Robson & Robinson, 2013; Wilson, 1981, 1997, 2006), os quais fornecem uma visão ora mais ampla com estudos genéricos, ora mais restrita aplicando o seu estudo a uma amostra específica. Em relação às teorias de C.Info e como observado por Case (2007), não existem escolas nem teorias consagradas devido à diversidade do tema e à multitude de perspectivas. No entanto, têm sido utilizadas teorias de outras áreas, como da psicologia, dos estudos de consumo, sociologia, etc. (Wilson, 1997).

Apesar da procura de informação ser uma atividade quotidiana de todo o ser humano, diferenças comportamentais entre géneros têm sido observadas e identificadas, nomeadamente a nível físico, mental e social (Pathak & Maity, 2017). Não obstante, os estudos realizados sobre mulheres e o seu C.Info são, na sua generalidade, estudos comparativos entre géneros (Steinerová & Šušol, 2007; Pathak & Maity, 2017), ou

estudos sobre o comportamento de procura de informação de saúde por mulheres (Dubbeldam et al., 2018; Rees & Bath, 2001).

Ademais, como observado por Greifeneder (2014), as novas tendências em investigação em C.Info são o contexto dos comportamentos e a gestão da informação (GI) dos mesmos como forma de compreender as interações dos indivíduos com os seus vários ambientes e as variáveis que influenciam essas mesmas interações (Urquhart & Yeoman, 2010). Os contextos são os organizadores da vida social, estando associados, por exemplo, às barreiras que as mulheres têm que enfrentar tanto na esfera pública como na esfera privada (Torres, 2016).

Outras influências no C.Info podem advir da geração a que pertencem [a geração Google (nascidos depois de 1993) é um *cohort* de pessoas jovens que partilham determinadas características sociodemográficas e que cresceu a acompanhar a evolução tecnológica; a geração Y (nascidos depois de 1978) fez a sua aprendizagem a partir dos livros, mas acompanhou os avanços tecnológicos] ou do “small world” e tipo social a que pertencem, refletindo-se nos usos e gratificações (Katz et al., 1974) ou pelo princípio do menor esforço (Zipf, 1949) na procura de informação.

No melhor do nosso conhecimento, até ao momento não houve um questionamento aprofundado sobre o C.Info do quotidiano de mulheres, algumas delas estudantes-trabalhadoras e pertencentes à geração Google, o que justifica a pertinência deste estudo. Assim, esta dissertação tem como ponto de partida a questão de investigação “Qual o perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google?”, sendo o objetivo principal delinear esse mesmo perfil a partir das evidências do seu comportamento informacional. No entanto, outras questões de investigação surgem e derivam desta questão e objetivo, nomeadamente, quais são as necessidades que fazem as Estudantes envolverem-se numa situação informacional? Haverá diferenças nas competências e habilidades da geração Y e da geração Google? E será a GCI uma profissão do futuro?

Para responder a estas questões e para cumprir o objetivo principal será utilizado um enquadramento teórico-conceitual informado pela CI e pela produção bibliográfica existente sobre C.Info, interpretado à luz da GCI. Quanto aos procedimentos metodológicos, esta dissertação configura-se como um estudo de caso de carácter exploratório-descritivo e de natureza qualitativa, com análise documental e comparativa

dos modelos de C.Info realizados pelas futuras gestoras e curadoras de informação. Foram formuladas seis hipóteses indutivas com o intuito de serem o fio condutor desta investigação, as quais serão corroboradas ou refutadas na discussão dos resultados.

Esta dissertação está dividida em duas partes: na primeira, uma parte mais teórica, é apresentada: o estado de arte do C.Info e seus modelos e teorias, da geração Google e suas competências e habilidades e da gestão e curadoria da informação (no capítulo 2); o estado conceptual da dissertação com apresentação da problemática, a definição dos objetivos e formulação das hipóteses (capítulo 3) e; os procedimentos metodológicos, a amostra e as preocupações éticas deste estudo (capítulo 4). Na segunda parte, uma parte mais prática, são: analisados dez modelos de C.Info divididos pelas duas gerações em estudo (geração Y e geração Google) (capítulo 5); discutidos os resultados obtidos da análise comparativa, delineando-se as competências e habilidades da geração Google e da geração Y e apresentando um modelo global dos C.Info das Estudantes da geração Google (capítulo 6) e; dados contributos para o perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google (capítulo 7).

Espera-se com este estudo contribuir para a literatura na área da GCI, uma área emergente no mercado que já tem a sua presença na academia, para a literatura feminista, para os estudos em C.Info, mas sobretudo contribuir para a visibilidade desta profissão ao delinear o perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal, através do estudo das suas competências e habilidades refletidas nos modelos de C.Info.

2. Estado de arte

A área da Ciência da Informação (CI) tem vindo a dedicar-se ao estudo do comportamento informacional desde a década de 1940, nomeadamente a partir da conferência da Royal Society Scientific Information (1948), em Londres. Apesar de nesta década e nas décadas subsequentes, os estudos serem focados essencialmente nos serviços e sistemas de informação, no seu uso e na recuperação de informação, há uma mudança nas perspetivas de estudo na década de 1980.

Com o surgimento da internet, a procura por informação nunca mais seria a mesma (Case, 2007), sendo que os estudos se passaram a focar nos utilizadores ou grupos de utilizadores de certas profissões e no seu C.Info (Wilson, 1994), como são exemplos os estudos de Belkin, Oddy e Brooks (1982) e Wilson (1981). Estes deixaram de ser centrados em sistemas de informação para serem centrados nos utilizadores, alterando o uso de métodos quantitativos para qualitativos, uma vez que estes se ajustavam melhor ao tipo de dados que tinham para analisar.

Desde os anos 2000 que os investigadores se têm debatido com a influência do contexto na procura de informação pelos utilizadores e como este deve ser um fator a ter em consideração nas investigações em C.Info (Greifeneder, 2014). Case (2006, p. 314) declara que

“[b]oth the individual and society have come into focus, resulting in more attention to context and social influence, more effort to “get inside the head” of the seeker, more time spent with individual informants, and greater depth of description overall.”

Já não se trata apenas do estudo das ações do próprio utilizador, mas de tudo o que envolve essa ação, como o contexto e o ambiente físico, social, cultural, económico, etc. e os fatores geracionais (Bawden & Robinson, 2011).

Ainda assim, a maioria dos estudos têm sido feitos apenas numa das vertentes do indivíduo: pela sua ocupação profissional (ex. cientistas, gestores), ou pelo papel que desempenha em determinada situação informacional (ex. pacientes, estudantes), ou pelas características demográficas (ex. idade, grupo étnico).

Desde a Conferência da Royal Society (1948) são muitos os investigadores que têm centrado os seus estudos e redigido artigos e relatórios sobre as temáticas expostas acima. No entanto, segundo Wilson (1999), apesar de toda a produção científica, não existe um *corpus* teórico, nem pesquisas empíricas que satisfaçam e cumpram o propósito

de ser o ponto de partida de futuras investigação em C.Info. Devido à pluralidade de áreas que estudam o tema e a panóplia de perspetivas, pois este não é exclusivo da CI, várias são as definições de conceitos, de teorias e modelos que emergiram ao longo dos anos. De acordo com Savolainen (2016), cada investigador construiu a sua própria aceção, fazendo com que o leque de conceitos e suas definições que constituem o “guarda-chuva” do C.Info seja caótico. Deste modo, iremos de seguida traçar um enquadramento conceptual do mesmo, analisando os principais conceitos a ele subjacentes de forma a clarificar o significado dos mesmos na presente dissertação.

Para realizar o enquadramento teórico-conceptual recorreu-se a uma revisão da literatura do C.Info a partir da identificação dos autores-chave desta área do conhecimento em CI. A partir de autores como T. D. Wilson, D. O. Case e R. Savolainen, e das suas referências bibliográficas foi possível identificar e recolher uma extensa bibliografia, nomeadamente artigos publicados em revistas científicas como *Journal of Documentation*, *Information Research*, *Journal of the American Society for information Science and Technology*, entre outras. O acesso a estes artigos foi facilitado pela sua disponibilização no *ResearchGate*, ou em editoras como a *Emerald Insight* ou agregadores de conteúdo como a *b-on*. No caso do acesso à revista *Information Research*, este foi facilitado por se tratar de uma revista eletrónica de acesso livre.

Na primeira fase da revisão de literatura foram focados os conceitos “guarda-chuva” de C.Info: informação, necessidade informacional, comportamento de procura de informação e comportamento de uso de informação. Numa segunda fase, foi dada atenção aos modelos e teorias de C.Info e discutidos os mais pertinentes para esta investigação. Numa terceira fase, foi realizada uma breve revisão da literatura sobre a geração Google, destacando-se o projeto de investigação “The information behaviour of the researcher of the future” desenvolvido pelo Centro de Comportamento Informacional da University College of London (UCL), e as competências e habilidades que se esperam desta geração. Por último, foi feita uma reflexão sobre a área emergente da GCI e da sua incorporação na academia e no mercado de trabalho.

2.1 Comportamento informacional

Citando T.D. Wilson (2000), no seu artigo “Human Information Behavior”, C.Info é:

[...] the totality of human behavior in relation to sources and channels of information, including both active and passive information seeking, and information use. Thus, it includes face to face communication with others, as well as the passive reception of information as in, for example, watching TV advertisements, without any intention to act on the information given (p. 49).

Por outras palavras, C.Info pode ser compreendido como um conjunto de atividades que resultam da identificação de uma ou mais necessidades de informação por parte do utilizador, que através da procura, da descoberta, da recolha e da utilização da informação satisfaz ou não essa mesma necessidade (Wilson, 1999). Por conseguinte, C.Info é uma categoria abrangente que congrega em si outros comportamentos como os de procura, de pesquisa e uso da informação, assim como os comportamentos de aquisição accidental de informação (Case, 2007).

Apesar de muitas das vezes os utilizadores não estarem conscientes deste comportamento, todos os dias e a todo o momento estão envolvidos numa atividade de procura de informação que irá satisfazer ou não uma necessidade prévia, ou, simplesmente, adquirirem acidentalmente conhecimento. Atualmente, a procura de informação é mais holística graças ao surgimento da internet, um meio híbrido de acesso à informação (Case, 2007; Spink & Cole, 2004) e um “omnibus channel that complements (and, in part, replicates) the usual array of interpersonal and mass media sources of information” (Case, 2006, p. 302), acabando por substituir os meios de comunicação tradicionais como, por exemplo, a televisão, a rádio e as revistas.

Robson e Robinson (2013) defendem que, além do C.Info ser constituído pela procura e utilização da informação, existe também a comunicação da informação, chamando a atenção para a importância deste fenómeno neste processo. Não obstante, Wilson (1981) já tinha representado este fenómeno no seu modelo de C.Info em 1981, na medida em que o utilizador deve procurar informação em outras pessoas para “trocar” e “transferir informação”, pressupondo o estabelecimento de comunicação entre elas.

Há autores que defendem que o termo “information behaviour” não é o mais correto, pois pode induzir o indivíduo em erro, dado que pode ser considerado como o comportamento da informação, ao invés do comportamento das pessoas (Mutsheva, 2007). Assim, os autores na viragem do século começaram a utilizar a nomenclatura “human information behaviour” como forma de desambiguar (cf. Sonnenwald & Iivonen, 1999; Wilson, 2000; Spink & Cole, 2006). McKenzie (2003), por seu turno, propôs a

nomenclatura “information practices” como conceito mais amplo para albergar as imensas atividades relacionadas com a informação. Contudo, T.D. Wilson e outros autores “have often referred to the set of activities described above as “information behavior,” which might in turn be considered a convenient shorthand for the cumbersome “information needs, seeking, and use” that underlies the INSU acronym (Courtright, 2007, p. 275).” Por estas razões, C.Info é o conceito escolhido para ser utilizado nesta dissertação.

O C.Info de mulheres tem sido alvo de vários estudos, nomeadamente na área da saúde, como por exemplo estudos sobre a procura de informação de saúde e quais os padrões na sua pesquisa (Dubbeldam et al., 2018; Rees & Bath, 2001; Warner & Procaccino, 2004). No entanto, quando se aborda a área de CI, os estudos sobre mulheres são escassos, sendo que aqueles que surgem com maior afluência são estudos comparativos entre géneros na procura de informação (Pathak & Maity, 2017; Steinerová & Šušol, 2007; Urquhart & Yeoman, 2010). Deste modo, e de acordo com a revisão de literatura feita, esta dissertação traz uma nova perspetiva aos estudos em mulheres ao estudar o C.Info quotidiano a partir de modelos elaborados pelas mesmas.

Dado que C.Info é postulado “as an umbrella category covering all aspects of human information interactions with various forms of information” (Savolainen, 2016), este congrega em si subcategorias de conceitos que contribuem para a sua definição, a saber: informação, necessidade informacional, comportamento de procura de informação, subdividido em procura, pesquisa e aquisição de informação e comportamento de uso de informação. Iremos de seguida apresentar e discutir as suas definições.

2.1.1 Informação

Informação é um termo com diversos significados e interpretado de múltiplas formas pelas várias disciplinas, revelando-se complexo no que toca às definições científicas (Capurro & Hjørland, 2003). Capurro e Hjørland (2003, p. 343) afirmam, no seu artigo “The Concept of Information”, que “[i]t is commonplace to consider information as a basic condition for economic development together with capital, labor, and raw material; but what makes information especially significant at present is its digital nature.” O surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) veio

acrescentar novos significados a este conceito o qual dá nome à sociedade em que vivemos, uma sociedade de informação.

De acordo com o dicionário *online* Merriam-Webster o termo “information” tem quatro significados diferentes, sendo de destacar os três primeiros:

- 1: the communication or reception of knowledge or intelligence
- 2a (1): knowledge obtained from investigation, study, or instruction
- (2): INTELLIGENCE, NEWS
- (3): FACTS, DATA
- 3: the act of informing against a person.¹

O primeiro e terceiro significado apontam para uma informação como processo que comunica conhecimento para si mesmo ou para outros. Enquanto o segundo enfatiza o facto de a informação ser uma construção social, que é obtida a partir de investigação [ponto 2.a.(1)] ou ser estruturada e organizada por si mesma, sendo ela informativa [2.a.(2) e 2.a.(3)]. Portanto, o termo pode ser utilizado tanto para indicar um processo (informar/comunicar) ou uma construção social (factos, dados). Não obstante, numa aceção simplista, informação pode ser definida como algo que seja significativa para o indivíduo (Savolainen, 2016).

A utilização permutável dos conceitos dados, informação e conhecimento pode causar alguma confusão. Entende-se por dados, os factos ou as representações da realidade que nos rodeia, enquanto conhecimento consiste na capacidade de interpretar os factos que foram transmitidos pela informação. A diferença entre informação e conhecimento reside na ideia de a primeira ser adquirida apenas pelo simples facto de ser dita e, por isso ser considerada um dos principais ativos da sociedade, enquanto a segunda necessita de ser refletida e pensada pelo indivíduo. Além disso, a segunda não necessita necessariamente de nova informação para formular novo conhecimento (Case, 2007).

Nesta dissertação adotamos a abordagem de Case (2007), na qual estes três termos serão utilizados como sinónimos, porque nem sempre a sua distinção esteve em consideração nos estudos de CI e nos modelos de C.Info desenvolvidos pelas Estudantes, além de permitir uma análise mais abrangente.

¹ Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/information> (consultado no dia 28 de setembro de 2019).

Por fim, Case (2007) afirma que a maioria das definições assume que “informação é algo que reduz a incerteza ou altera a imagem da realidade” (p. 66). Ora, se a informação reduz a incerteza e saber lidar com a incerteza é uma das habilidades do futuro, podemos formular a hipótese de que a GCI é uma das profissões do futuro. Este assunto será discutido na formulação de hipóteses.

2.1.2 Necessidade informacional

Em 1981, Tom Wilson, atualmente professor jubilado da Universidade de Sheffield, Inglaterra, escreveu um artigo intitulado “On user studies and information needs”, cujo objetivo era clarificar os conceitos referentes aos estudos dos utilizadores e propor as bases teóricas das motivações para o comportamento de procura informacional, no qual se inclui o conceito de necessidade informacional. Socorrendo-se da área da psicologia, o autor define necessidade como três categorias interrelacionadas: necessidades psicológicas (necessidade por comida, bebida, etc.), necessidades afetivas/emocionais (necessidade de segurança, de sucesso) e necessidades cognitivas (necessidade de planear, aprender uma habilidade) (Wilson, 1981). Quanto à informação, esta deve ser vista como uma ferramenta ou uma estratégia para satisfazer a necessidade ou reduzir a incerteza (Koja-Odongo & Mostert, 2006).

Deste modo, necessidade informacional, segundo Case (2007), acontece quando um indivíduo reconhece que não tem o conhecimento suficiente para satisfazer uma dúvida ou incerteza. Belkin et al. (1982, p. 62), por seu turno, designam esta necessidade por “anomalous state of knowledge (ASK).” Por outras palavras, a motivação para a procura de informação acontece pela perceção de uma anomalia no estado de conhecimento, sendo que para a resolver o indivíduo envolve-se num comportamento de procura de informação. Kuhlthau (1993) vai mais longe, ao afirmar que o reconhecimento da incerteza conduz o indivíduo a um conjunto de ações que são designadas pela categoria mais abrangente que é o C.Info.

Savolainen (2012), no artigo “Conceptualizing information need in context”, identifica três contextos que influenciam a formação e a satisfação da necessidade informacional, designadamente: “situação de ação”, “desempenho da tarefa” e “diálogo”. Há diversos fatores associados a cada um dos contextos que afetam a formação da necessidade informacional, como por exemplo, tempo, espaço, disponibilidade das fontes

e recursos para resolução de problemas, negociação entre indivíduos, entre outros, e que conduzirão à procura de informação. Esta procura é um processo dinâmico, em que as necessidades estão dependentes do papel que o indivíduo tem na sociedade, do contexto e do meio ambiente em que se insere, podendo estas mesmas necessidades encontrar barreiras contextuais, pessoais ou interpessoais [cf. modelo de necessidade e procura informacional de Wilson (1981b)] e existir a necessidade de repetir várias ações para o sucesso do comportamento. A própria incerteza pode ser vista como uma motivação para a procura, mas também como uma barreira quando o indivíduo não sabe exatamente o que procurar. Courtright (2007, p. 275) acrescenta ainda que “[...] information seeking may or may not include the identification or discovery of a need. If a need is identified, it might not always originate in the seeker but rather may be imposed on the seeker by a third party.”

No entanto, alguns autores como Wilson (1981), Belkin e Vickery (1985) e Case (2007) consideram o conceito de necessidade informacional e a sua própria observação problemática porque é algo que acontece mentalmente na cabeça do indivíduo. Wilson (1981) adverte os profissionais da CI para o não uso do conceito “necessidade informacional”, o qual, na sua aceção, deveria ser removido do vocabulário dos profissionais de informação, conceptualizando a seguinte designação: “information seeking towards the satisfaction of needs” (p. 664). Não obstante, Bawden (2006) afirma que esta conceptualização parece não ter sido atendida pelos investigadores, que continuaram a utilizar o termo necessidade informacional nos títulos dos seus artigos e como um dos motivadores para o comportamento de procura de informação, como são exemplos artigos dos autores Agosto e Hughes-Hassell (2006), Cole (2011) e Savolainen (2012). Nesta dissertação também se optou pelo uso do conceito de necessidade informacional, no entanto, com a consciência de que esta necessidade não é visível para o investigador, mas que pode ser considerada uma das motivadoras para o desencadeamento do comportamento de procura de informação.

2.1.3 Comportamento de procura de informação

Como explicado anteriormente, a necessidade informacional é encarada como uma das principais motivadoras para o comportamento de procura de informação. Todavia, existem outros motivos que podem desencadear o C.Info como, por exemplo, o

ambiente cultural e o contexto organizacional em que o indivíduo se insere e as necessidades, incertezas e tarefas que daí advêm. De acordo com Wilson (2000), entende-se por comportamento de procura de informação

[...] the purposive seeking for information as a consequence of a need to satisfy some goal. In the course of seeking, the individual may interact with manual information systems (such as newspaper or a library), or with computer-based systems (such as the World Wide Web) (p. 49).

Portanto, no processo de procura de informação os indivíduos podem utilizar uma variedade de sistemas de informação para responder às necessidades que, como o autor afirma, podem ser digitais ou não. De acordo com Spink e Cole (2004), procura de informação é uma atividade de informação e comunicação complexa que requer o acesso a diversas fontes de informação para lidar com problemas pessoais, sociais e relacionados com o trabalho.

Este comportamento engloba em si uma variedade de fontes de informação que permitem descobrir e responder aos objetivos do indivíduo (Savolainen, 2016). Contudo, o comportamento de procura de informação não surge necessariamente como uma consequência da necessidade informacional porque a incerteza ou a relutância do indivíduo em procurar informação podem transformar-se em barreiras ao comportamento (Wilson, 1997). Por outro lado, como o modelo de Wilson (1981) sugere, outras barreiras além das pessoais podem despostrar um comportamento de procura de informação, tais como as barreiras sociais e do meio ambiente em que a situação informacional ocorre. Em suma, como afirmado por vários autores, “[...] information seeking is seen as a process, iterative and variable over time and context (Courtright, 2007, p. 274).

Na década de 1980, o comportamento de procura de informação começou a ganhar maior relevo na área dos estudos do utilizador (Savolainen, 2016). Inicialmente, este era focado no uso e na satisfação do utilizador através de meios de comunicação formais (ex. bibliotecário) ou informais (ex. familiares). Contudo, com o surgimento da internet e dos computadores pessoais acompanhados pelo desenvolvimento das TIC, um novo meio híbrido nasceu. Neste novo meio de comunicação, a procura de informação encontrou novos serviços e acesso a novos meios que estão num mesmo lugar, redirecionando os estudos de utilizadores em relação ao uso dos sistemas de informação para estudos do comportamento quotidiano de procura de informação dos utilizadores (Spink & Cole, 2004).

Por conseguinte, este comportamento começou a tornar-se também mais complexo ao albergar em si um subconjunto de conceitos intermutáveis, como a própria procura, a pesquisa e a aquisição de informação (Savolainen, 2016) (Figura 1).

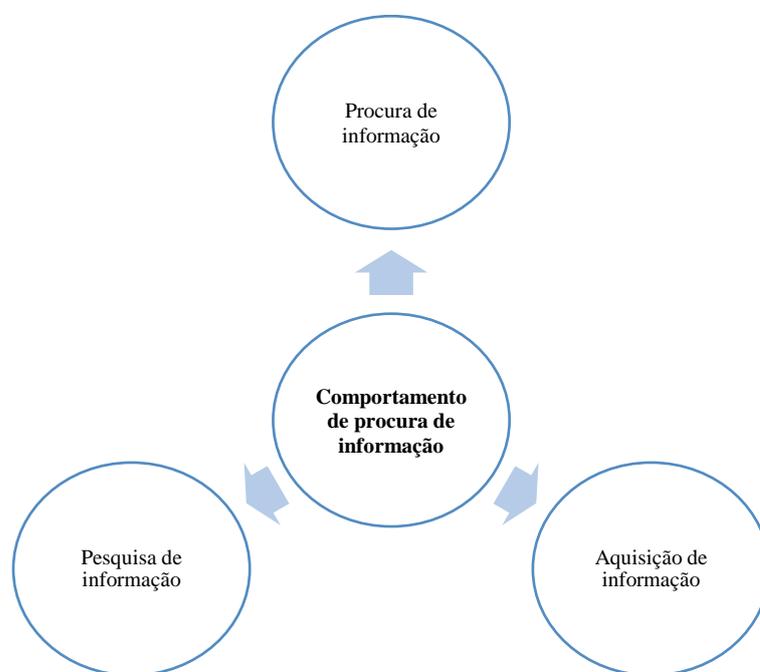


Figura 1 Comportamento de procura de informação e os seus subconceitos (procura, pesquisa e aquisição de informação).
Fonte: elaboração própria.

Segundo Case (2007), a ação de procurar informação é o ato consciente de pesquisar e adquirir informação para responder às necessidades ou incertezas que existem no conhecimento do indivíduo. Por outras palavras, a procura de informação é vista como um processo dinâmico que implica ação por parte do indivíduo que pretende mudar o seu estado de conhecimento (Koja-Odongo & Mostert, 2006) e combater o ASK (Belkin, Oddy, & Brooks, H., 1982). Fourie (2004), como citado por Koja-Odongo e Mostert (2006), afirma que este é um processo complexo que envolve um comportamento social, de comunicação e interação do indivíduo.

Por seu turno, pesquisa de informação, vista como uma subcategoria do comportamento de procura de informação, pode ser entendida como o comportamento de interação do indivíduo com os sistemas de informação (digitais ou não digitais), incluindo a recuperação de informação, que compreende uma capacidade mental do indivíduo de distinguir a informação pertinente da não pertinente (Wilson, 2000; Spink & Cole, 2004).

Enquanto aquisição de informação, conceito mais utilizado na área da GI (Savolainen, 2016), é encarada como um modo de procura de informação assente na atenção passiva do indivíduo. Recorrendo ao exemplo de Wilson (1997), quando se ouve rádio de forma passiva, sem prestar muita atenção, adquire-se informação de forma accidental.

Ainda nas palavras de Wilson (1997), o processo de procura de informação pode ser definido em quatro modos: atenção passiva, já anteriormente explicada, sob a qual a aquisição de informação acontece sem haver uma procura intencional (então ao invés de utilizarmos o termo “procura” deve-se adotar o termo “aquisição”); pesquisa passiva, ocorre quando um indivíduo pesquisa por algo e adquire informação irrelevante; pesquisa ativa, quando um indivíduo procura por informação ativamente; e pesquisa contínua sucede-se quando já existe um enquadramento de conhecimento, mas este continua a ser atualizado.

Salienta-se que todos os modos de pesquisa são importantes para o estudo dos comportamentos de procura de informação, pois permitem uma abordagem holística da procura de informação pelo indivíduo, apesar de muitos autores ainda definirem procura de informação como um comportamento ativo e intencional (Spink & Cole, 2004), negligenciando os anteriores modos mencionados (Case, 2007).

2.1.4 Comportamento de uso de informação

Tal como definido por Wilson (2000) e Savolainen (2016), comportamento de uso de informação consiste nos atos mental e físico, envolvidos na integração da informação encontrada no conhecimento de base das pessoas. Na mesma linha de pensamento encontram-se os autores Spink e Cole (2004), que definem comportamento de uso de informação como aquisição e incorporação de dados pelo utilizador num processo de informação.

Wilson (2000) dá exemplos de atos físicos e mentais que podem estar envolvidos neste comportamento: marcar secções num texto para demonstrar a sua importância ou significado é encarado como um ato físico, enquanto a comparação entre a nova informação e o conhecimento existente é encarado como um ato mental. Nel (2015), na sua dissertação de mestrado, define estes atos físicos e mentais por usos internos e externos de informação, respetivamente. Ou seja, por comportamento de uso interno

compreendem-se ações como comparar, organizar, categorizar e ouvir; já argumentar, concordar, candidatar, entre outros, referem-se ao uso externo de informação.

Em 2008, P. Vakkari identificou comportamento de uso de informação como um dos três tópicos mais investigados em C.Info, confirmando-se esta mesma tendência em 2014, no artigo de Greifeneder. No entanto, nesta dissertação a atenção dada a este comportamento será inferior ao do comportamento de procura de informação, uma vez que são raras as Estudantes que refletiram sobre o seu próprio uso da informação.

Tal como há quase quarenta anos Tom Wilson postulava, é necessário traçar o enquadramento conceptual no qual o estudo se insere para que não existam ambiguidades. Esta dissertação terá como base o C.Info e como pilares a informação, a necessidade informacional, o comportamento de procura de informação e o comportamento de uso de informação tal como foi descrito acima.

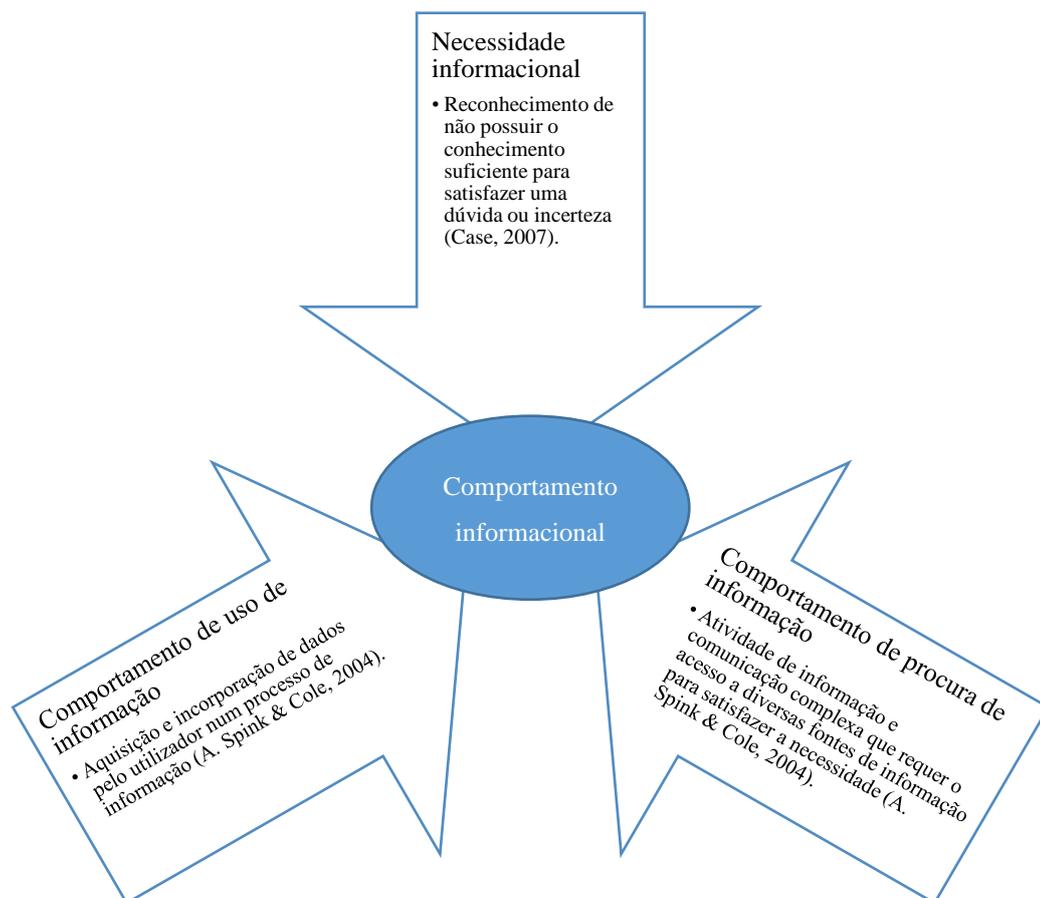


Figura 2 C.Info e os seus subconceitos (necessidade informacional; comportamento de procura de informação; comportamento de uso de informação).

Fonte: elaboração própria.

Sintetizando, e de acordo com a Figura 2, C.Info é um conceito macro que contém em si uma variedade de conceitos micro que estão interconectados e comunicam entre si. Assim, necessidade informacional é o reconhecimento de uma lacuna no conhecimento do utilizador que, para a satisfazer, se envolve num comportamento de procura de informação. Após encontrar a informação pretendida, esta é adquirida e incorporada pelo utilizador no seu conhecimento. A informação, por seu turno, é uma ferramenta e/ou uma estratégia que cumpre o propósito de satisfação da necessidade ou redução da incerteza (Spink & Cole, 2004).

2.2 Modelos de comportamento informacional

Os modelos são versões simplificadas da realidade que permitem refletir uma teoria sobre como alguma parte do mundo funciona (Case, 2007). De tal modo que vários investigadores desenvolverem modelos de C.Info para compreenderem uma parte ou a totalidade dos comportamentos e atitudes dos utilizadores, fornecendo assim uma base teórica (Athreya & Mouza, 2016, p. 73).

Bates (2005, p. 2) define modelo como

“[...] a kind of prototheory, a tentative proposed set of relationships, which can then be tested for validity. [...] Models sometimes stand as theoretical beacons for years, guiding and directing research in a field before the research finally matures to the point of producing something closer to a true theory. [...] Models are most useful at the description and prediction stages of understanding a phenomenon.”

Na visão de Bates, assim como de Wilson (1999), os modelos funcionam como uma estrutura, na qual o problema se vai desenvolver, ajudando a prever as várias etapas e fases do fenómeno em estudo e a estabelecer as relações entre as proposições teóricas.

Desde a década de 1970, vários modelos de C.Info têm sido criados e/ou desenvolvidos, designadamente modelos mais gerais ou mais focados num momento específico do C.Info como é o comportamento de procura de informação. Contudo são poucos os modelos que estabelecem relações com as proposições teóricas, como advogado por Wilson (1999), trazendo consequências para a área dos C.Info, uma vez que não existe uma teoria pré-estabelecida mas uma multiplicidade de visões e de perspetivas teóricas.

A abordagem da CI aos modelos de C.Info tem-se focado no modelo de ciclo de vida da informação, ou seja, na necessidade de informação, na procura de uma solução para essa necessidade, na identificação de quem gere a informação, nas fontes, no acesso a elas e na seleção, na aquisição, no tratamento e na disseminação da informação. Não obstante, também têm dedicado alguma atenção aos fatores motivadores da procura de informação, ao contexto da atividade informacional e aos resultados. Geralmente, os modelos são apresentados em forma de diagrama.

De seguida são apresentados seis modelos de C.Info escolhidos a partir da revisão de literatura realizada, pelo número de citações e pela sua relevância para este estudo: quatro modelos de Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006), um de Krikelas (1983) e um de Dervin (1983). Estes modelos identificam as variáveis-chave para compreender de uma forma mais clara o C.Info e, por consequência, o comportamento de procura de informação que está estritamente relacionado com os modelos desenvolvidos pelas Estudantes.

2.2.1 Modelos de Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006), Krikelas (1983) e Dervin (1983)

Tom Wilson desenvolveu vários modelos de C.Info e comportamento de procura de informação ao longo da sua carreira de investigação. Os dois primeiros modelos (figura 3 e 4), desenvolvidos em 1981, inserem-se na viragem dos estudos em CI mais centrados no utilizador do que nos sistemas de informação. De forma a distinguir melhor os modelos, o primeiro aparecerá com a referência 1981a e o segundo com a referência 1981b.

O primeiro modelo de comportamento informacional (figura 3) é um modelo conceptual que tem como principal objetivo descrever as interrelações entre o utilizador de informação e os conceitos expostos.

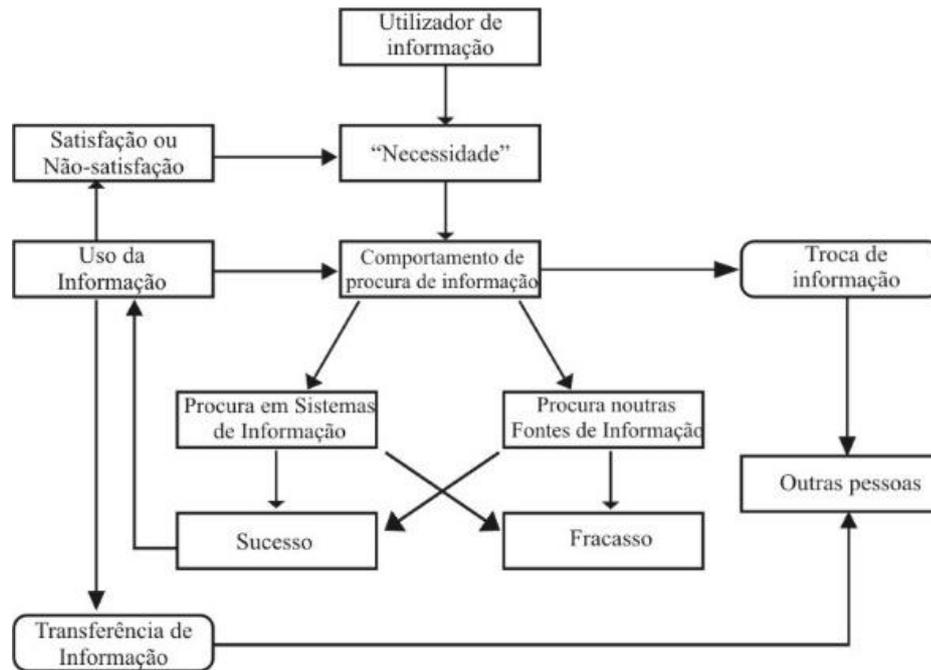


Figura 3 Modelo de comportamento informacional por Wilson (1981a).
Fonte: Adaptado de Wilson (1981).

A “necessidade” de informação despoleta o comportamento de procura de informação do utilizador, o qual pode executar pesquisas em dois tipos de fontes: sistemas de informação formal, como catálogos de Bibliotecas, ou noutras fontes de informação, como por exemplo motores de busca. Esta atividade resultará em sucesso ou em fracasso da pesquisa. Se tiver sucesso, o utilizador irá usar essa informação para satisfazer ou não a sua necessidade. Se a atividade resultar em fracasso, o processo de procura deve ser repetido. Paralelamente, esta atividade pode envolver outras pessoas como fontes de informação, havendo uma troca de informação entre elas. Por seu turno, a informação compreendida como útil pode ser transferida para outras pessoas ou ser utilizada pelo mesmo utilizador. Este processo representa também a comunicação da informação (Robson & Robinson, 2013).

Wilson, ainda no mesmo artigo, apresenta um segundo modelo com os fatores que afetam a necessidade e a procura de informação. Neste modelo, ilustrado na figura 4, o autor baseia-se em duas premissas: o contexto da necessidade de informação e as barreiras que essa necessidade pode encontrar.

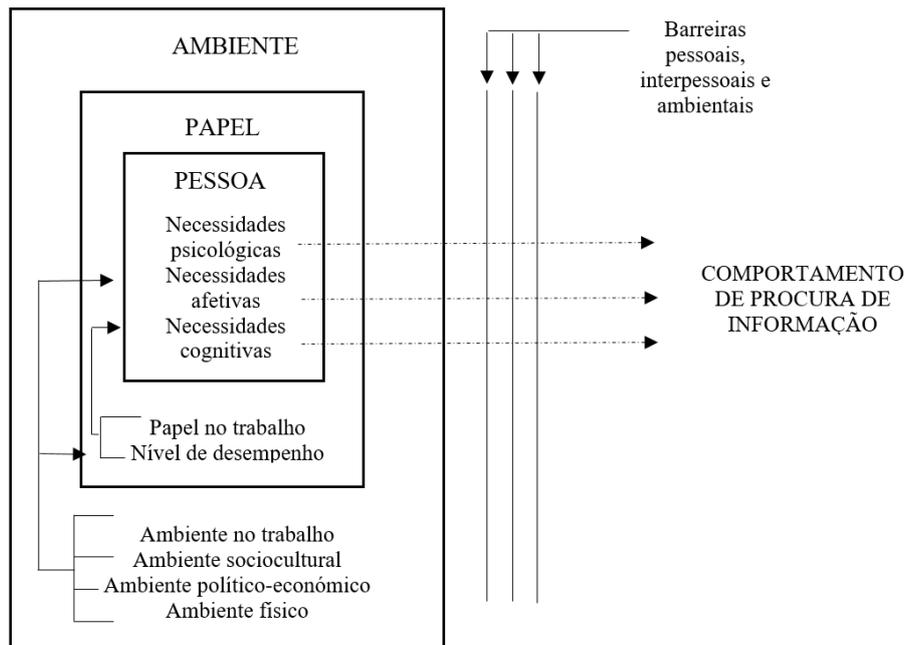


Figura 4 Modelo de necessidade e procura de informação por Wilson (1981b).
 Fonte: Adaptado de Wilson (1981).

Tal como já explanado no subcapítulo 2.1.2, Wilson (1981) afirma que as necessidades básicas podem ser definidas como psicológicas, afetivas e cognitivas e são afetadas pelo ambiente e pelo papel da pessoa. Por outras palavras, o papel que a pessoa desempenha no seu trabalho e o ambiente que a circunda, como o organizacional, o político-económico, o sociocultural e o físico, mas também o contexto temporal, são os principais motivadores das necessidades. Segundo Dewey (1960), como citado por Case (2007), contexto é um cenário espacial e temporal que influencia todo o pensamento. Isto é, todo o C.Info se inicia com um pensamento, uma necessidade ou uma motivação e este vai ser determinado por tudo aquilo que influencia o indivíduo, nomeadamente o contexto.

Por conseguinte, a necessidade só por si não resulta num comportamento de procura de informação. Só quando o indivíduo decide envolver-se num comportamento de procura de informação, na busca por respostas para a sua necessidade é que está num processo informacional. Neste processo, pode encontrar barreiras ao nível pessoal, interpessoal e ambiental, as quais podem afetar e inibir a procura e, por consequência, a satisfação da necessidade.

Em 1983, Krikelas propôs um modelo bastante semelhante ao modelo proposto por Wilson (1981). Não obstante, é um modelo unidirecional que prima pela simplicidade

e, de acordo com A. M. da Silva (2016, p.202), “não teve a mesma repercussão e impacto.”

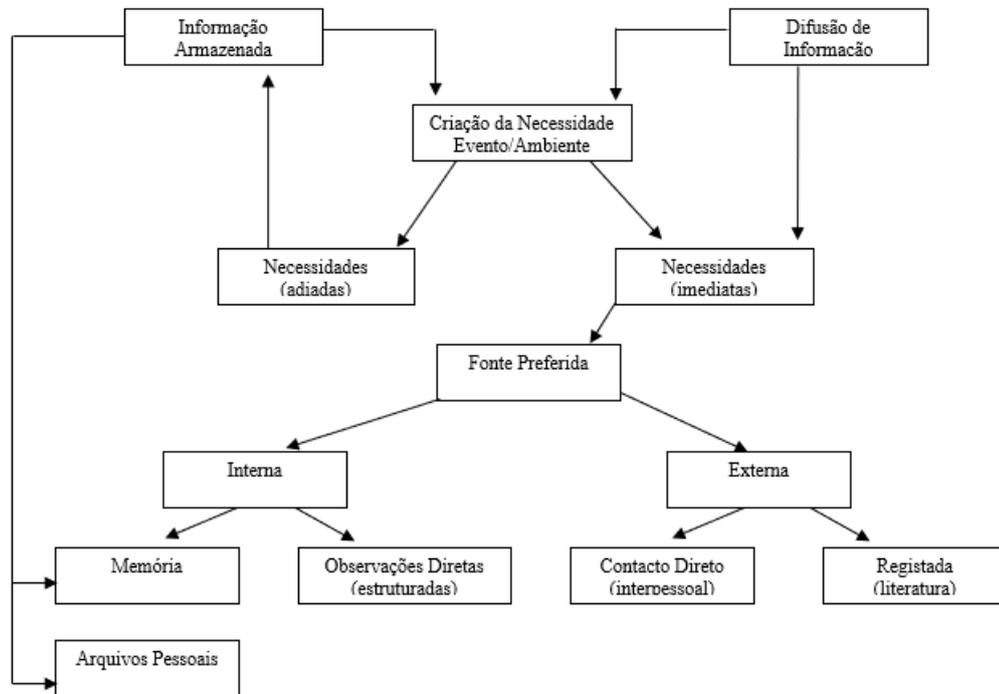


Figura 5 Modelo de pesquisa de informação por Krikelas (1983).
Fonte: A. M. da Silva (2016).

Este modelo procura identificar os diferentes elementos do comportamento de procura de informação. Os utilizadores surgem simultaneamente no papel de recetores (informação armazenada) e disseminadores de informação (difusão de informação). As necessidades informacionais, criadas por eventos e/ou pelo ambiente no qual o utilizador vive, podem ser adiadas, encontrando a resposta na informação armazenada, ou podem ser imediatas. Estas necessidades imediatas desencadeiam o comportamento de procura de informação que, segundo Krikelas (1983), recaem sobre a pesquisa em fontes preferidas que podem ser internas (o próprio utilizador) ou externas (outras pessoas). No entanto, cabe ressaltar que atualmente existem outros tipos de contacto pessoal, nomeadamente, através de diversos meios de comunicação que não existiam quando este modelo foi desenvolvido. Case (2007, p. 126) salienta este facto: “[a]lthough the main and preferred source of information for people is still likely to be face-to-face conversation, ‘direct contact’ could occur over a telephone or a videophone, or by way of e-mail, voicemail, or a videotape as well.”

Por último, A. M. da Silva (2016, p. 202) observa que “[o]s resultados da recolha de informação são armazenados na memória, ou em algum meio físico, como podem ser os ficheiros pessoais”, residindo aqui a originalidade deste modelo, pois o indivíduo pode reter o conhecimento em si, na sua mente.

O modelo de Dervin foi publicado no mesmo ano do modelo de Krikelas, em 1983.

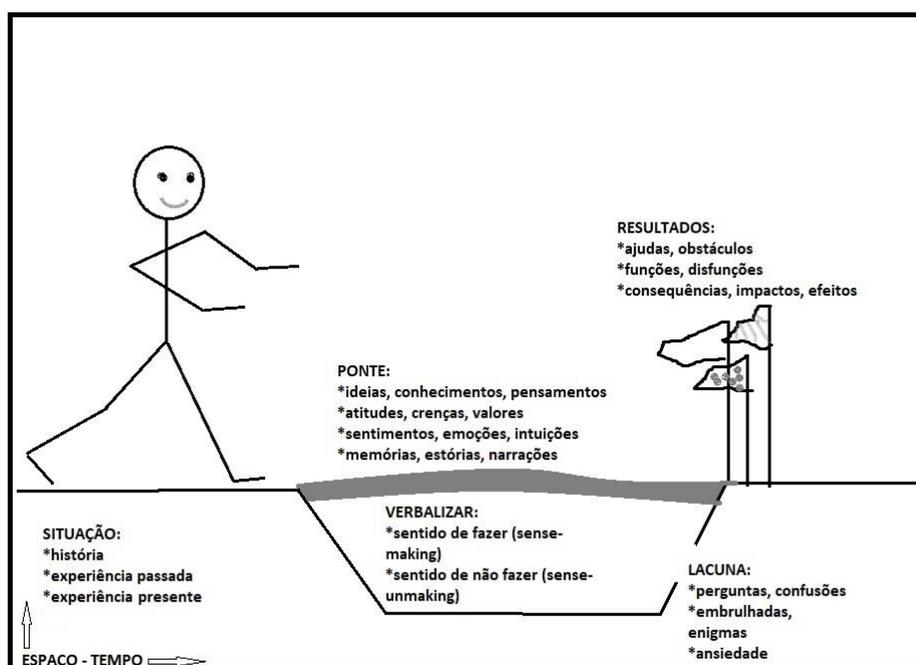


Figura 6 Metáfora *Sense-making* por Dervin (1983a).

Fonte: Adaptado de Dervin (1983a).

Este modelo diferencia-se dos anteriores pois constitui-se como uma teoria, a teoria do *Sense-making*. Esta teoria permite identificar o processo base que motiva a procura de informação num dado contexto espacial e temporal que está em constante mudança e que definem a forma como a situação informacional irá ocorrer. Enfatiza-se o facto de a informação ser algo que não existe à parte da atividade comportamental do indivíduo, mas que é parte integrante (Case, 2007).

Neste processo informacional, uma lacuna é identificada, isto é, há a perceção por parte do indivíduo de que existe uma diferença entre o conhecimento que possui e o conhecimento que deseja possuir para responder à necessidade informacional. Para tal, são criadas pontes que o ajudarão a colmatar a lacuna existente entre a situação e o resultado. Estas respostas são encontradas muitas vezes no “sense-making”, permitindo

ao indivíduo alterar o seu estado de conhecimento em relação à situação/evento que vivenciou.

A teoria “sense-making é considerada como construtivista, uma vez que considera a informação não como algo objectivo e externo, mas, como algo construído pelo usuário, ou seja, a informação não existe se antes o indivíduo não a interpretou e assimilou como resposta a uma situação vital” (A. M. da Silva, 2016, p. 201). Este modelo complementa e reforça as ideias anteriormente apresentadas nos modelos de Wilson e Krikelas, assim como, nos modelos de Wilson que serão apresentados de seguida.

Em 1996, Wilson (1997) decidiu criar um novo modelo a partir da revisão e ampliação dos seus modelos anteriormente explanados, com o objetivo de dar um enquadramento mais eficaz ao comportamento informacional.

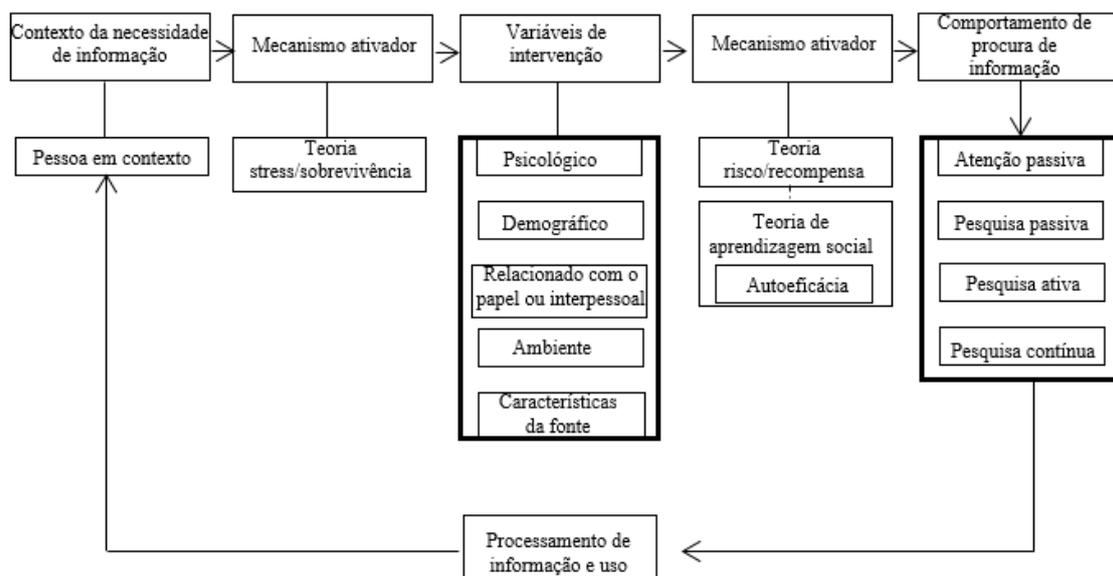


Figura 7 Modelo de comportamento informacional por Wilson (1996).

Fonte: Adaptado de Wilson (1997).

No artigo “Information Behaviour: an interdisciplinary perspective”, publicado em 1997, o autor discute várias teorias de outras disciplinas, nomeadamente da Psicologia, dos Estudos de consumo, etc., e da teoria do *Sense-making* de Dervin (1983), no qual se propõe a preencher a “lacuna” com um “mecanismo ativador” (Wilson, 1997, p. 586). Este mecanismo ativador diz respeito às teorias stress/sobrevivência, risco/recompensa e aprendizagem social, já utilizadas noutras disciplinas e agora aplicadas à CI. Ademais, o autor identifica ainda variáveis de intervenção no C.Info como psicológicas,

demográficas, relacionadas com o papel ou interpessoal, ambientais e características da fonte, que afetam a procura de informação e podem funcionar como barreiras.

Este modelo difere do modelo de 1981 ao prever os diferentes tipos de procura de informação: atenção passiva, pesquisa passiva, pesquisa ativa e pesquisa contínua, também já apresentados e discutido no subcapítulo 2.1.3.

Sintetizando, neste modelo o autor coloca o utilizador (pessoa em contexto) e a sua necessidade informacional (contexto da necessidade de informação) num determinado contexto espacial e temporal. Após o surgimento da necessidade que leva o utilizador à procura de uma resposta, este pode encontrar mecanismos ativadores e variáveis de intervenção que podem estimular esta procura assim como colocar obstáculos. Depois do envolvimento no comportamento de procura de informação, a informação é processada e utilizada, levando novamente à necessidade através da pessoa em contexto. Este modelo amplia a abordagem dos modelos anteriores, podendo ser aplicado em todos os estádios do comportamento informacional. No entanto, pelo facto de ser um diagrama acaba por não mostrar todas as relações possíveis, como por exemplo, como as variáveis de intervenção podem intervir entre o contexto da necessidade e o mecanismo ativador, entre o mecanismo ativador e o comportamento de procura de informação e entre este e o processamento de informação e utilização.

Por último, em 2006, Wilson propôs um novo processo informacional e uma nova ordem dos elementos dos seus modelos anteriores, tendo como base a sua interpretação da Teoria da Atividade e colocando em primeiro lugar de importância a motivação e os objetivos do sujeito que está a iniciar a atividade informacional: “Motivation and Goal establish the preconditions for activity” (Wilson, 2006).

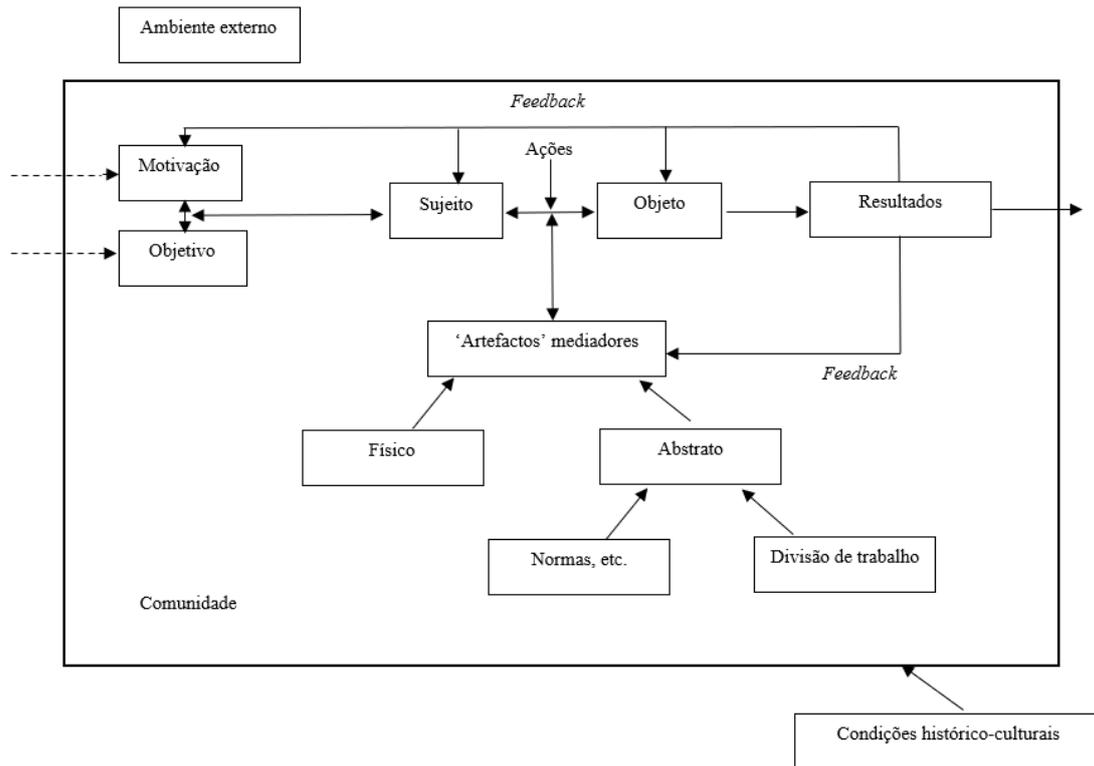


Figura 8 Modelo de processo de atividade por Wilson (2006).

Fonte: Adaptado de Wilson (2006).

O valor desta teoria reside na atenção dada aos aspetos contextuais da atividade. Como refere Wilson (2006),

“we can summarise the point by noting that the cultural-historical setting of the activity and the relationship of the activity to the external environment constitute what might be called the 'macro-context' of the activity, while the goals and motivations of the originators of the activity, together with the artefacts, rules, norms and division of labour in the setting constitute the 'micro-context'.”

Ademais, Wilson (2006) nota ainda que a procura de informação não é uma atividade, mas um conjunto de ações que apoiam uma atividade maior, daí as “ações” surgirem no centro do modelo.

Em síntese, a motivação e o objetivo implicam diferentes interações (ações e ‘artefactos’ mediadores), que se concretizam em diversos procedimentos, como físicos e abstratos (por exemplo: normas ou divisão de trabalho), que culminam num resultado neste processo de procura e uso da informação. Este resultado implica um *feedback* constante, além de que todo este processo está determinado por um contexto

(comunidade) e por fatores externos (ambiente e condições histórico-culturais) que facilitam ou dificultam (barreiras) os resultados.

Em suma, a força dos modelos de Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006) reside no contínuo melhoramento e na interligação dos vários elementos, permitindo que um modelo sublinhe e forneça certos detalhes para outros modelos. O modelo de Krikelas (1983) é um modelo unidirecional que prima pela simplicidade. Muito semelhante aos modelos de Wilson, vem acrescentar a importância de a informação ficar armazenada na memória ou nos arquivos pessoais do indivíduo. O modelo de Dervin, por seu turno, apresenta a lacuna que Wilson se propõe a solucionar ao acrescentar os “mecanismos ativadores” ao seu modelo e a teoria *Sense-making*, a qual permite identificar o processo informacional num contexto espacial e temporal e definir o modo como a atividade informacional ocorre através da apresentação de uma ponte entre o estado inicial e o estado final do C.Info.

Estes modelos serão utilizados na análise dos modelos de C.Info das Estudantes do mestrado em GCI e na formulação de um modelo geral dos seus C.Info com o objetivo de contribuir para o delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal.

2.3 Teorias aplicadas ao comportamento informacional

As teorias são explicações e generalizações que tentam explicar as relações entre vários fenómenos. A partir delas é possível formular, corroborar ou refutar hipóteses (Case, 2007). Assim, elas têm a propriedade de ajudar na explicação de determinados comportamentos reportados nos modelos de C.Info em estudo, apesar destas teorias serem probabilísticas ou condicionadas pelos contextos temporal e/ou espacial.

Como observado por Case (2007, p. 144), não é possível falar de escolas de teorias na investigação em comportamento informacional porque “[t]he field is simply too diverse for that, and formal theory is invoked relatively rarely.” Desta feita, a maioria das teorias utilizadas nesta área de investigação são apropriações de teorias das áreas da Psicologia, dos Estudos de Consumo, da Sociologia, etc. Por exemplo, Wilson aponta algumas teorias desenvolvidas nas áreas de conhecimento mencionadas no seu modelo de comportamento informacional de 1997, como por exemplo as teorias do stress/sobrevivência, do risco/recompensa e da aprendizagem social, ou no modelo de

2006 onde invoca a Teoria da Atividade. Dervin (1983), por seu turno, desenvolveu a sua própria teoria, designando-a por “*Sense-making*”, já apresentada no subcapítulo anterior.

Não obstante, para este estudo, e de acordo com a revisão de literatura realizada, as teorias mais úteis para a análise do conteúdo dos modelos são a Teoria do Comportamento Normativo e do “Small world” de Chatman (2000), Teoria dos Usos e Gratificações de Katz et al. (1974) e o Princípio do menor esforço de Zipf (1949).

A Teoria do Comportamento Normativo, criada por Chatman, “explain the common or routine events that characterize the everyday reality of people who share a similar culture space” (Chatman, 2000, p. 10). Por outras palavras e aplicando ao universo deste estudo, as estudantes pertencem ao mesmo tipo social (Pendleton & Chatman, 1998) e, por consequência, ao mesmo espaço cultural, partilhando comportamentos previsíveis e semelhantes. Exemplo disso é o contexto académico, onde de acordo com Chatman (2000, p. 10), “the activity of information seeking can be viewed as normative.” Esta componente académica aparece descrita, com alguma relevância, nos modelos do comportamento informacional das estudantes, normalizada através das pesquisas académicas, da frequência das aulas, dos apontamentos retirados na sequência das aulas ministradas pelo(a) Professor(a) e leitura de artigos científicos.

A autora ainda observa que o “small world” deste tipo social não varia muito e poucas surpresas são observadas. “Small world” é um conceito utilizado por Chatman (2000, p.2) “to describe a world in which everyday happenings occur with some degree of predictability.” Por exemplo, nos modelos em estudo foram recolhidos os C.Info durante três dias, sendo que todos os modelos representam pelo menos um dia do fim de semana para contrastar com a rotina/previsibilidade da semana.

Esta teoria é constituída por quatro conceitos, a saber:

- Normas sociais: ditam o certo e o errado nas aparências sociais, apresentando os *standards* e códigos comportamentais aceites no “small world” e permitindo que os seus membros vivam juntos e tenham um sentido de ordem e equilíbrio;
- Visão do mundo: perceção coletiva das coisas que são consideradas importantes e/ou triviais. Este coletivo pertence ao mesmo mundo social e esta perceção permite aos membros ter este sentido de pertença;
- Tipos sociais: definição atribuída aos membros de um mundo social. É possível criar tipologias distintas de acordo com o comportamento e/ou a partilha de

informação entre os membros. Pendleton e Chatman (1998) estenderam o conceito com o intuito de criar uma tipologia baseada no comportamento previsível das pessoas pois, apesar da sua estabilidade, os comportamentos dão uma certa autenticidade à pessoa, sendo possível definir qual é o seu papel no mundo social. Como por exemplo o tipo social “estudante” e;

- Comportamento informacional: Chatman (2000) define como agir ou não agir sobre a informação apreendida. A autora explica que este conceito é bastante complexo e com lacunas, mas foi o melhor que encontrou para explicar o porquê de alguns membros do mundo escolherem não pesquisar por informação.

Sintetizando, o “small world” permite que tipos sociais, como as estudantes, partilhem um espaço comum, com uma determinada cultura e cujos eventos ocorridos sejam previsíveis. Como pertencem a um mundo social com normas e regras, a sua atividade de procura de informação pode ser vista como normativa, observando-se comportamentos também eles normativos. Isto permite aos membros do “small world” ter um sentido de presença, de ordem e de equilíbrio.

Outra teoria interessante em relação aos modelos é a Teoria dos Usos e Gratificações (Katz et al., 1974) muito utilizado nos estudos dos meios de comunicação. Esta teoria apresenta como uma das suas proposições a maneira resultante como as pessoas se expõem aos meios de comunicação e as gratificações resultantes das suas necessidades. Segundo Katz et al. (1974), como citado por Case (2007, p. 338),

“[...] this research tradition is concerned with psychological and social origins of needs, which generate expectations of available sources for entertainment and information. These expectations lead to differing patterns of usage of these sources (of which mass media are the most often studied), which result in need gratifications and perhaps other outcomes.”

Por outras palavras, a necessidade gera expectativas que vão ser satisfeitas por diferentes meios de comunicação/sistemas de informação e entretenimento que vão ser escolhidos de acordo com a sua disponibilidade e acessibilidade, resultando em gratificações para o utilizador. Nesta teoria os utilizadores são ativos e têm um objetivo direcionado.

Esta teoria, como apontado por Case (2007, p. 155), tem as seguintes características:

- A audiência assume um papel ativo na seleção das fontes de informação;

- O indivíduo usa os meios de comunicação e não o contrário;
- Os indivíduos têm à sua disposição um vasto leque de opções para satisfazer as suas necessidades, como diversos meios de comunicação, contactos interpessoais e atividades intrapessoais;
- Os motivos e os interesses no uso dos meios de comunicação devem ser perguntados diretamente aos utilizadores, ao invés de apenas os observar e;
- Não formar juízos de valor sobre o significado dos diferentes meios de comunicação usados e do seu conteúdo até os utilizadores serem estudados.

O uso desta teoria é assim bastante relevante no estudo do comportamento de procura de informação, pois permite analisar a escolha dos meios de comunicação pela audiência e o seu conteúdo para alcançar o objetivo da gratificação. Permite ainda relacionar o consumo de informação, o seu uso e os efeitos causados pelo seu uso para satisfazer as necessidades dos utilizadores. Em suma, a conexão entre a satisfação da necessidade e a escolha do meio de comunicação está racionalmente adequada com os meios disponíveis para atingir os fins estabelecidos.

Por último, o Princípio do menor esforço (Zipf, 1949) permite fazer a gestão do comportamento de uma forma que o utilizador coloca o menor esforço na realização das suas atividades informacionais, satisfazendo, no entanto, as suas necessidades.

Dois exemplos do Princípio do menor esforço são, em primeiro lugar, a utilização do motor de busca Google e leitura de websites, como mencionado por Case (2007, p. 152),

“Internet Web sites exhibit harmonic relationships in two ways. First, Broder et al. (2000) have found that about 28% of all Web sites are more “central” in terms of the strengths of their links to other Web sites—approximating the 70–30 ratio. Second, it is clear that just a few sites have vastly larger numbers of visitors, while the rest taper off in a harmonic distribution [...]”

Em segundo lugar, a utilização de informação dada por amigos e/ou familiares, os quais são reconhecidos como fontes fidedignas e credíveis. Como refere Dervin (1983), como citado por Case (2007, p. 153), “[...] the tendency of people in “relying on close friends and relatives for their information” as demonstrating a “law of least effort”.

Em suma e como apontado por Zipf (Case, 2007), o Princípio do menor esforço assenta na sua universalidade em relação ao comportamento humano e está relacionado com o paradigma do custo-benefício e do esforço que é requerido, ou seja, o

comportamento é uma troca entre o esforço necessário e a qualidade do resultado da ação. Esta é uma abordagem mais normativa, visto que pede ao utilizador que tome decisões conscienciosas de acordo com o esforço que terá de colocar para atingir o objetivo. O Princípio do menor esforço, por seu turno, prevê que o utilizador minimize o esforço requerido para obter a informação, mesmo que isso signifique aceitar informação de menor qualidade ou quantidade.

Estas teorias tiveram a sua origem no século passado, no entanto, a sua importância e pertinência mantêm-se ainda nos dias de hoje para compreender o C.Info. As mesmas serão aplicadas neste estudo para analisar e discutir os modelos de C.Info desenvolvidos pelas estudantes: o contexto em que estas se inserem, a situação, os meios de comunicação utilizados e os conteúdos/plataformas digitais pesquisados e se a necessidade foi satisfeita com o menor esforço ou não.

2. 4 Geração Google

Em 2007, o Centro de Comportamento Informacional da University College of London (UCL) desenvolveu um projeto de investigação intitulado “The information behaviour of the researcher of the future”, sob a alçada da British Library e Joint Information Systems Committee (JISC), com o objetivo de identificar o C.Info dos jovens e como esse mesmo comportamento iria influenciar a sua pesquisa no futuro. Era também objetivo deste projeto recolher evidências para a definição de uma nova geração e compreender se a forma como ela procura informação é disruptiva em relação à geração ulterior, denominada de Geração Y [grupo de pessoas que nasceram entre 1978 e 1993 (Gunter et al., 2009)]. Para isso, os investigadores realizaram um estudo longitudinal “virtual” baseado na revisão da literatura e na reunião de evidências do C.Info da dita geração, analisadas através de técnicas que permitiram a descrição dos utilizadores. Concluiu-se que efetivamente nasceu um novo *cohort*, isto é, um grupo de pessoas que partilham determinadas características (Scherger, 2012), denominado Geração Google.

Entende-se por Geração Google “as those born after 1993 and explore the world of a cohort of young people with little or no recollection of life before the web” (Rowlands et al., 2008, p. 291). Por outras palavras, este *cohort*, além de partilhar características como identidade, idade, recursos, objetivos, etc., nasceu numa época em que a Internet já

imperava e a *World Wide Web* dava os primeiros passos de abertura para o mundo. Como afirmam Gunter et al. (2009, p. 153),

“[y]oung people in developed countries today enter a world in which access to wired and wireless communications networks is the norm. Large quantities of information flows through these networks and users can gain access to vast amounts of content for information and entertainment purposes.”

Também conhecido por “Geração Net”, “Nativos digitais” ou “Millennials” (AgroCluster, 2017a; Gunter et al., 2009a; Lanzi et al., 2012; Rowlands et al., 2008; University College London, 2008), este *cohort* acompanhou o crescimento das tecnologias e do surgimento de aplicações como os motores de busca, os quais passaram a fazer parte do seu quotidiano, como é exemplo o Google. A história deste motor de busca começa em 1995 na Universidade de Stanford, quando Larry Page e Sergey Brin se juntaram e decidiram construir um motor de busca “that used links to determine the importance of individual pages on the World Wide Web” e cuja missão principal era “to organize the world’s information and make it universally accessible and useful” (Google, s.d.).

Não obstante, ressalva-se que quando se decide balizar uma geração há certos aspetos a ter em conta, nomeadamente, a sua localização geográfica e os contextos socioeconómico e político desse local. Por exemplo, se dentro de um mesmo país os indivíduos podem vivenciar “momentos históricos, sociais, económicos e culturais distintos, o que pode interferir nas características e separações entre gerações”, comparar indivíduos de diferentes países, regiões e continentes torna-se impossível (Albuquerque & Cordeiro, 2013, p. 3).

O surgimento deste novo *cohort* foi um processo gradual que dependeu sobretudo das oportunidades fornecidas pela inovação tecnológica e pelas infraestruturas disponíveis em cada canto do planeta. Em Portugal, no melhor do nosso conhecimento, não foram encontrados estudos sobre o surgimento deste *cohort*, de maneira que urge a necessidade de desenvolvimento de estudos com base, por exemplo, na Lei da Difusão da Inovação para compreender como, porquê e em que proporção as inovações tecnológicas foram adotadas por esta geração em Portugal e como “alimentam” o *digital divide* entre as diferentes gerações (Gunter et al., 2009). Não obstante, foram desenvolvidos estudos sobre os Nativos Digitais portugueses, a sua ligação às TIC e literacia informacional

(Cardoso et al., 2009; Melão, 2012; Souza & Silva, 2013) ou sobre os comportamentos informacionais e literacia digital (G. Silva et al., 2019).

Afinal, o que distingue a Geração Google da Geração Y? De acordo com Rowlands et al. (2008, p. 291),

“[Google Generation] ha[s] different aptitudes, attitudes, expectations and even different communication and information ‘literacies’ and that these will somehow transfer to their use of libraries and information services as they enter higher education and research careers”.

Os autores apontam como elementos distintivos as competências e as literacias. Sobre a literacia da informação ou multiliteracia, esta é entendida como a capacidade cognitiva que permite adquirir e desenvolver o conhecimento para utilizar as mais variadas fontes e suportes de informação e participar ativamente em sociedade (Gunter et al., 2009; Sahavirta, 2018). Pode ser entendida como um conceito mais amplo, “como um guarda-chuva capaz de englobar conceitos como literacia digital, literacia visual ou literacia mediática, ou competências informacionais, entre outros” (Terra, 2017, p. 294).

Terra (2017), no seu artigo “Práticas informacionais dos futuros profissionais da informação: enfoque na avaliação da informação”, enumera as capacidades e competências esperadas de um literato informacional, baseadas no ciclo de vida da informação e nas práticas informacionais:

“[...] reconhecer uma necessidade de informação e identificar a natureza e o âmbito dessa necessidade; encontrar a informação de maneira eficaz e eficiente; avaliar criticamente a informação e o processo de busca da informação; gerir a informação recolhida e criada; combinar informação prévia e nova informação para criar novas ideias e formas de conhecimento; e usar a informação, compreendendo-a e considerando os aspectos culturais, éticos, económicos, legais e sociais relacionados com o seu uso” (pp. 293–294).

No entanto, segundo as ilações do projeto do Centro de Comportamento Informacional da UCL, a Geração Google tem um pensamento pouco crítico sobre as fontes de informação, devido, em parte, à falta de literacia informacional, contrariando a expectativa por terem nascido na era digital. Por consequência, isto faz com que não compreendam corretamente as suas necessidades informacionais, levando a que os comportamentos de procura e uso de informação se tornem superficiais, como por exemplo, ficarem pela primeira página de resultados da pesquisa “googlada”, sem haver, na maioria das vezes, um questionamento sobre as fontes consultadas.

Portanto, a hipótese de que a Geração Google seria mais literada que as anteriores foi refutada nas conclusões deste projeto. Athreya & Mouza (2016), no seu livro “Thinking skills for the digital generation: The development of thinking and learning in the age of information” também reforçam a refutação desta hipótese:

“[...] despite the hype around the competencies of the so-called digital or Google generation, students’ ability to locate, evaluate, and think with information has not improved with the advent of the Internet” (p. 79).

Outras hipóteses foram igualmente refutadas como o facto de a Geração Google ser mais competente com as TIC. Os investigadores concluíram que as gerações mais velhas estão a acompanhar os desenvolvimentos tecnológicos e até afirmam que o rótulo “Geração Google” pode ser aplicado a todos aqueles que adotaram as novas TIC mesmo que não pertençam ao *cohort* descrito.

Ademais, a permissa de que a Geração Google tem altas expectativas nas TIC, na verdade é um sentimento partilhado por todos os consumidores de informação e, por isso, transversal às várias gerações (Athreya & Mouza, 2016; University College London, 2008).

As hipóteses corroboradas foram as seguintes: a Geração Google mudou a forma de comunicação, a qual passou a ser feita via digital, com uma interação mais baseada na escrita e no visual do que no oral e textual; os meios de comunicação passaram a ser mais interativos em detrimento dos habituais meios de comunicação passivos. Há autores que afirmam que este *cohort* tem a necessidade de estar sempre conectado e que tudo o que se encontra na web é gratuito (Gunter et al., 2009; University College London, 2008).

Resumindo, o facto de terem nascido na era da internet e das TIC, não se traduz em mais literacia ou pensamento crítico sobre as fontes de informação por parte deste *cohort*. Pelo contrário, o estudo desenvolvido na UCL veio comprovar que, apesar desta geração ter mais informação disponível, a procurar ou uso da mesma nem sempre são as mais assertivas porque muitas vezes esta geração não compreende qual é a sua real necessidade e como traduzi-la em palavras-chave, acabando por utilizar linguagem natural numa *query* tal como o fazem no motor de busca Google. O seu comportamento informacional revela imaturidade e ingenuidade ao acreditarem em tudo o que encontram como resultado da sua pesquisa, considerando a informação verdadeira, autêntica e com autoridade (Gunter et al., 2009; University College London, 2008).

Todavia, colocam-se as seguintes questões: deve-se balizar esta geração dentro de um *cohort* com características sociodemográficas específicas? Não pertenceremos todos a ela? Não estaremos todos envolvidos na teia da Internet? De acordo com Rowlands et al. (2008, p. 301),

“[i]n a real sense, we are all Google generation now: the demographics of internet and media consumption are rapidly eroding this presumed generational difference. The evidence indicates that more people across all age groups are using the internet and Web 2.0 technologies widely and for a variety of purposes. The young (not just the Google generation but also Generation Y, the next one up) may have been the earliest adopters but now older users are fast catching up... the so-called Silver Surfers.”

Por outras palavras, todos estão envolvidos num mundo global que está conectado através da internet onde todos são prosumidores (produtores e consumidores de informação), independentemente do *cohort* que pertençam. De maneira que, não é assim tão linear rotular indivíduos e encaixá-los em gerações porque cada um tem as suas próprias vivências e preocupações, as quais nem sempre correspondem às vivências e preocupações da geração a que pertencem.

Contudo, nesta dissertação serão adotados os conceitos geracionais como forma de contrapor as competências da geração Google com as competências da geração Y, com o objetivo de compreender as diferenças e as semelhanças entre os seus comportamentos, atitudes, capacidades e expectativas em consonância com o mestrado em GCI e contribuir para o delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação.

2.4.1 Competências da Geração Google para o delineamento de perfis

Como analisado anteriormente, a Geração Google é em alguns aspetos diferente das gerações anteriores. Enquanto a Geração Y, por exemplo, adquiriu o seu conhecimento a partir de livros, a Geração Google obteve-o a partir de motores de busca, sendo o Google o mais conhecido e utilizado (Gunter et al., 2009). Ademais, uma das hipóteses levantada e discutida no estudo realizado na UCL diz respeito às competências informacionais e competências digitais da Geração Google, as quais seriam também diferentes das gerações anteriores.

Entende-se por competências “um conjunto de conhecimentos e capacidades que qualquer indivíduo deve possuir para conseguir entrar ou manter-se no mercado de trabalho [...]” (Ochôa, 2012), assim como para prosseguir estudos universitários. Urge

distinguir entre competências informacionais, as que se relacionam com a capacidade de reconhecer uma necessidade de informação e saber onde procurar, avaliar e utilizar essa informação de forma ética; e competências digitais, as que se relacionam diretamente com a capacidade de utilização consciente das TIC. Ochôa (2017b, p. 61) reforça que “[s]er digitalmente competente significa ser capaz e disponível para acompanhar os novos desenvolvimentos e práticas tecnológicas.”

Atualmente apela-se a que o indivíduo possua competências transversais, isto é, competências que não se foquem apenas na parte profissional, mas em todas as vertentes do ser humano (Ochôa, 2012). Whittle e Eaton (2001), como citado por Ochôa (2012, p. 155), apontam “sete tipos de competências transversais: tratamento de informação, numeracia e competências básicas, tecnologias de informação e comunicação, competências organizacionais, gestão, auto-aprendizagem e apresentação”. Destas sete competências transversais, destaca-se a competência com as TIC, uma vez que, como observado por Gunter et al. (2009), é uma das competências em que a Geração Google se notabiliza.

É do conhecimento público que as TIC revolucionaram e continuam a revolucionar a vida das pessoas e, conseqüentemente, os seus C.Info. Basta olhar apenas para o caso da Internet que praticamente suplantou os meios de comunicação tradicionais, como rádio, jornal ou livro, os quais tiveram de se adaptar aos tempos modernos. Além disso,

“[t]he Internet is now widely acknowledged by its users as an important source of information across a range of information domains. Indeed, for many users, it has become an ‘essential’ source for a diverse array of information including news, health, science, travel, leisure and education” (Gunter et al., 2009, p. 12).

Este factor observa-se especialmente em relação à geração que cresceu com o seu desenvolvimento e com a proliferação de informação em massa.

Estas tecnologias estão presentes em todos os aspetos da vida social e privada de cada pessoa e a produção de dados fez com que muitos autores apregoassem que estes se tratavam de “o novo petróleo”. A grande quantidade de dados que todos os dias é produzida é denominado *Big Data*. Nas palavras de Taylor-Sakyi (2016), “Big Data refers to large sets of complex data, both structured and unstructured which traditional processing techniques and/or algorithms are unable to operate on”. Muitos destes dados são produzidos a partir das redes sociais e da *Internet of Things* (conexão em rede de

objetos “inteligentes”, como *smart watches* ou termostatos, os quais comunicam entre si e com os seres humanos, armazenando grandes quantidades de dados) a uma velocidade e volume estonteantes. Num artigo de 2019, escrito por Olszak e Zurada, são apresentadas sete dimensões (7 V’s) do *Big Data*: volume, velocidade, veracidade, variedade, variação, visualização e valor.

Além disso, com o surgimento da Web 2.0, ou seja, a web das redes sociais, os indivíduos que outrora apenas consumiam informação passam também a produzi-la, sendo denominados prosumidores. Com uma web mais dinâmica os prosumidores criam contas em redes sociais, produzem conteúdos em blogs e partilham informação em wikis, interagindo ativamente uns com os outros (Gunter et al., 2009).

Por conseguinte, muitos destes dados são produzidos e consumidos pela Geração Google, no entanto, Gunter et al. (2009, p. 15) ressaltam que a Internet também se tornou um importante meio para a sua educação:

“There is no doubt though that among growing numbers of young people the Internet is an essential source of learning that helps them with their education and provides an on-tap electronic library. Online social networks are not only used to sustain friendships but also for educational purposes with online communications being used to discuss school or college work”.

O uso da Internet para fins educativos tem crescido exponencialmente, nomeadamente, nos tempos atuais devido à pandemia da Covid-19. Em Portugal todas as escolas suspenderam o ensino presencial no dia 16 de março de 2020, passando muitas delas a lecionar as matérias via plataformas *online*, as quais permitem a interação entre o professor e os alunos e a ininterrupção do ensino.

No entanto, coloca-se a questão: estará este cohort preparado com literacias informacional e digital para aceder a estas plataformas? Tal como apresentado anteriormente no projeto da UCL, este *cohort* não possui a literacia informacional e o pensamento crítico sobre as fontes necessários para filtrar o que é verdadeiro do que é falso (University College London, 2008). Daí a necessidade cada vez mais premente da escola/academia intervir e promover a literacia da informação entre os jovens e este é o tempo de as dotar com estas competências.

A literacia da informação é entendida também como “uma competência transversal essencial na formação de todo o futuro estudante e profissional, de todo o cidadão da Sociedade de Informação e Conhecimento” (Lopes & Pinto, 2016, p. 43).

Portanto, é esperado que este *cohort*, enquanto estudante universitário, adquira, segundo Lopes e Pinto (2016, pp. 43–44):

“[...] competências de informação nos seguintes domínios: pesquisa da informação; análise e seleção eficiente da informação; organização da informação; utilização eficaz da comunicação da informação de forma ética e legal, com a finalidade de construir conhecimento”.

Ainda de acordo com as autoras, as instituições de ensino superior portuguesas já incluem nos seus planos de estudo esta competência transversal, nomeadamente relacionada com o “ciclo de produção, comunicação, recuperação e utilização do conhecimento num contexto de compromisso social e de trabalho em equipa com ajuda das novas tecnologias” (Lopes & Pinto, 2016, p. 62).

Neste momento, a academia está a preparar os jovens para o mercado de trabalho, o qual procura pessoas “com elevadas qualificações e uma maior transferibilidade de competências intersectorais e um crescimento de perfis transversais, mas simultaneamente especializados em competências digitais” (Ochôa, 2017b, p. 59), assim como competências interpessoais, isto é, a capacidade e a flexibilidade que o indivíduo tem para lidar com outros indivíduos dentro de um contexto.

No que concerne à profissão Informação-Documentação (I-D), em 2006 foi desenvolvido um estudo intitulado “A imagem das competências dos profissionais de Informação-Documentação: relatório”, organizado por Leonor Gaspar Pinto e Paula Ochôa e editado pelo Observatório da Profissão de Informação-Documentação (OP I-D), com o objetivo de traçar o perfil do profissional I-D. Para tal realizaram estudos de caso inquirindo uma amostra de profissionais da área em relação às competências que seriam requeridas no futuro. Tendo em consideração que o estudo reporta ao ano de 2006, os profissionais identificaram como competências mais importantes no futuro da sua profissão a pesquisa de informação, as TIC, a gestão de conteúdos e conhecimentos, identificação e validação das fontes de informação, as tecnologias da Internet e comunicação pela informática. Todas estas competências envolvem de alguma forma literacia da informação e literacia digital, as quais são fundamentais para a melhor gestão destas competências e conhecimentos.

Quanto aos estudantes de biblioteca e ciência da informação e o seu comportamento informacional, foi publicado, em 2015, um estudo no *Journal of Education for Library and Information Science* que discute os resultados de um

questionário realizado em dezoito países (maioritariamente europeus)². Em Portugal, responderam ao questionário 66 estudantes de licenciatura. Este estudo concluiu que os inquiridos demonstram o mesmo comportamento informacional que o resto da população, apesar de serem estudantes em ciência da informação. Portanto, têm dificuldades em iniciar trabalhos de pesquisa, nomeadamente em definir tópicos (mais de 50% dos estudantes portugueses referenciaram esta dificuldade), sendo que esta pesquisa se realiza em motores de busca, como explanado por Boustany (2015, S92), “it is possible that like most other populations, LIS [Library and Information Science] students are relying on Google and Wikipedia because they are familiar and convenient resources.”

Ademais, estes estudantes têm dificuldade em usar estratégias de pesquisa avançada e mostram-se reticentes quanto à avaliação de fontes Web (44% dos estudantes portugueses revelou esta dificuldade).

Ana Lúcia Terra, em 2017, publicou um estudo acerca das práticas informacionais dos futuros profissionais da informação cujas conclusões derivam do estudo anterior e no qual afirma que

“[n]a verdade, os elementos desta amostra exibem um comportamento informacional típico da sua geração com implicações diretas na abordagem às questões de credibilidade da informação: uma grande confiança nas suas competências para lidar com a informação, especialmente no contexto web [...]” (Terra, 2017, p. 315).

Este estudo de Terra corrobora as inferências dos estudos anteriormente apresentados: esta geração acha-se com competências digitais e literacia informacional, no entanto, ficam aquém do que seria esperado. É necessário assegurar que os futuros profissionais I-D estão a adquirir os conhecimentos e as competências de gestão e curadoria da informação para exercer as funções ligadas à profissão, nomeadamente, à de mediadores no processo de aprendizagem a partir da informação.

Em suma, citando Freitas (2017, p. 36), no que concerne à curadoria digital, ainda “não existe um “mapeamento” preciso entre as competências e conhecimentos necessários [...] e aquilo que é efetivamente solicitado pelas entidades empregadoras nesse âmbito”. É neste sentido que esta dissertação dá o seu contributo ao delinear o perfil

² Ana Lúcia Terra, Professora no departamento de Ciência da Informação, do Instituto Politécnico do Porto, foi a responsável pela recolha dos dados em Portugal.

das futuras gestoras e curadoras de informação com o intuito de mostrar ao mercado de trabalho e aos seus *stakeholders* quais são as suas competências transversais.

Não obstante, consciente de que as competências que forem traçadas hoje já não serão as mais adequadas daqui a uns anos. Pois, devido à constante mudança, renovação e reconfiguração do mundo, é necessário que os profissionais de I-D se mantenham em aprendizagem ao longo da vida como forma de atualização e renovação de conhecimentos.

2.5 Gestão e curadoria da informação

O *Big Data* veio revolucionar o mundo e a sociedade. Este crescimento exponencial da informação e a facilidade de acesso à mesma através do desenvolvimento das TICs permitiu que novos mercados de trabalho surgissem e, conseqüentemente, emergissem novos perfis profissionais com determinadas competências para responder às necessidades e demandas da sociedade de informação. Vive-se numa época em que é mais valorizada a polivalência do que a especialização e as *soft skills* são preteridas em relação às *hard skills* (Barata & Ochôa, 2015; Ochôa, 2017a; Reyes et al., 2017).

Foi neste ambiente de transição que se identificou a emergência de um novo perfil profissional dentro da área I-D: gestor(a) e curador(a) da informação. Um perfil híbrido que integra a perspectiva da CI como a da GI, criando uma “cisão” com os “típicos” perfis dos profissionais I-D, tal como anteriormente ocorrera entre os bibliotecários e os documentalistas:

“[...] quando uma nova escola de pensamento não consegue enquadrar-se na cultura profissional dominante, surge uma verdadeira cisão e as duas ocupações tendem a competir entre si [...]” (*A imagem das competências dos profissionais de informação-documentação*, 2006, p. 41).

Por conseguinte, “todas as profissões possuem áreas emergentes que alongam e enriquecem a cadeia de valor e as suas zonas de fronteira” (Ochôa, 2017a, p. 62) e este novo profissional veio acrescentar valor à profissão I-D na transdisciplinaridade e polivalência, assim como, na capacidade de se adaptar aos novos desafios derivados da transformação digital da sociedade.

Todavia, esta profissão já vem sendo discutida, de acordo com Freitas (2017), desde os anos 90 do século XX, quando a curadoria surgiu associada à gestão de dados

científicos. Não obstante, no que dizia respeito à oferta formativa nesta área, essa era “praticamente inexistente na Península Ibérica”, e a que existia era em níveis intermédios, como pós-graduação ou mestrado, faltando uma formação de base como licenciatura (Freitas, 2017, p. 37) ou uma formação avançada como doutoramento (Barata & Ochôa, 2015).

Francisco Vaz, em 2006, no seu artigo “A formação em Ciências da Informação e da Documentação”, já alertava para a necessidade de “uma formação adequada aos profissionais da informação e documentação” (p. 69), principalmente no contexto de pós-Bolonha. A Declaração de Bolonha (19 de junho de 1999), documento assinado pelos Ministros da Educação de 29 países europeus incluindo Portugal, tinha como objetivos:

- Adoção de um sistema de graus de acessível leitura e comparação;
- Adoção de um sistema essencialmente baseado em dois ciclos principais, o graduado e o pós-graduado;
- Estabelecimento de um sistema de créditos (por exemplo, ECTS);
- Promoção da mobilidade;
- Promoção da cooperação europeia na avaliação da qualidade e;
- Promoção das necessárias dimensões europeias do Ensino Superior (European Ministers of Education, 1999).

Centrado no segundo objetivo, a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH), em 2004, já oferecia uma formação ao nível de mestrado em Ciências da Informação e Documentação, a qual durou até 2015, quando foi decidido criar uma pós-graduação em Gestão e Curadoria da Informação, a qual logo evoluiu para o nível de mestrado no ano letivo 2017/2018, numa parceria com a Information Management School (IMS), da Universidade NOVA de Lisboa.

A criação deste mestrado resultou, em parte, na resposta da academia às necessidades do mercado de trabalho, da sociedade e da cisão no seio da profissão I-D. Por outro lado, nasceu com o objetivo de dotar as futuras gerações para “avaliar, gerir e tomar decisões enquadradas nas estratégias europeias: Europa 2020 e Agenda Digital, equacionando a inovação na comunicação organizacional e na gestão de coleções e

conteúdos.”³ Ademais, como salientado no edital do curso, é objetivo deste mestrado formar pessoas “com competências para a gestão de projetos e iniciativas interdisciplinares no domínio da gestão da informação, comunicação e curadoria nas organizações”⁴, tendo uma forte ligação ao mercado de trabalho e à preparação dos seus estudantes para o mesmo.

Resumindo, este mestrado pretende responder aos desafios dos dias atuais, pela oferta formativa interdisciplinar das duas faculdades da Universidade NOVA de Lisboa⁵ e pela “preparação para a vida profissional, fomentando a sua aproximação à forma de pensar e agir dos contextos informacionais nas organizações e incrementando a capacidade de compreensão e resolução de problemas em situações novas e não familiares” (Henriques, 2017, p. 45), baseando-se no ciclo de vida da informação.

Como definido pelo *Digital Curation Center* (DCC) as fases do ciclo de vida da informação são as seguintes: 1) Conceptualização; 2) Criação ou receção; 3) Avaliação e seleção; 4) Ingestão; 5) Ações de preservação; 6) Armazenamento; 7) Acesso, utilização e reutilização; 8) Transformação; 9) Eliminação; 10) Reavaliação; 11) Migração (Higgins, 2008).

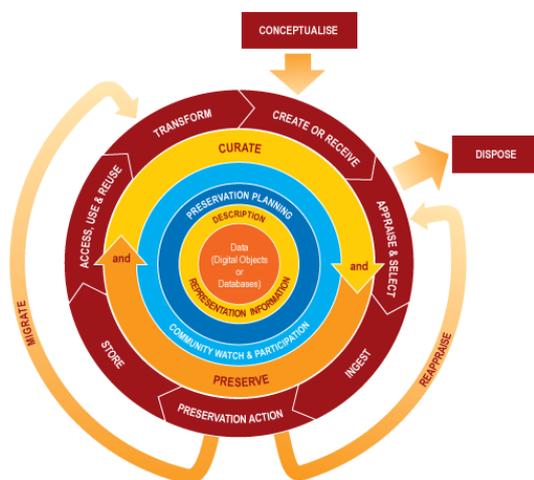


Figura 9 Modelo do ciclo de vida da informação.
Fonte: Digital Curation Center (DCC).

³ NOVA IMS, disponível em: <https://www.novaims.unl.pt/mgci> (consultado no dia 4 de março de 2020).

⁴ *Ibidem*.

⁵ A IMS oferece conhecimentos na área da Gestão da Informação, como por exemplo gestão de sistemas de informação, análise de dados, marketing digital, análise de redes sociais, enquanto a FCSH oferece conhecimentos na área da CI, como curadoria da informação, direito e ética da informação, fundamentos da CI, marketing e comunicação da informação, entre outras.

Este modelo coloca o seu foco na curadoria e na preservação da informação desde a sua conceptualização até ao seu destino final. Devido à velocidade estonteante com que os dados são produzidos, urge a necessidade de saber fazer a “triagem” da informação, com o objetivo de fazer a curadoria da mesma e criar políticas de preservação digital para, por um lado, guardar informação com os metadados de preservação pertinentes e, por outro lado, para evitar a obsolescência dos meios digitais. Assim, o novo perfil profissional dos/as gestores(as) e curadores(as) de informação surge aqui com um papel fundamental neste processo:

“[...] an important part of their role is to be a ‘translator’, communicating the needs of the data creators to data managers [...] and working with the data managers to ensure that data are stored and accessible in a usable way” (Swan & Brown, 2008, p. 8).

Por outro lado, Goodyear e Zenios (2007), como citados por Ochôa e Pinto (2015, pp. 2-3),

“[...] defendem que uma das principais tarefas do ensino superior é desenvolver as capacidades dos estudantes para compreender e criar conhecimento em diferentes situações, [...] desenvolvendo competências de identificação, exploração e utilização do conhecimento [...]”

Assim, a primeira reflexão em torno de um perfil de GCI foi elaborada pelos alunos da primeira edição do mestrado em GCI. O artigo intitulado “GESTOR E CURADOR DA INFORMAÇÃO: tendências, perfis e estratégias de reconhecimento” foi publicado na revista *Páginas a&b*, em 2017 e resultou de um trabalho desenvolvido na disciplina de Marketing e Comunicação da Ciência, lecionado pela Professora Doutora Paula Ochôa. Neste artigo, tendo por base o artigo “Competencies required for digital curation: an analysis of job advertisements”, de Kim, Warga e Moen (2013), Reyes et al. (2017, p. 7) apresentam uma tabela com as competências do Gestor e Curador da Informação que será utilizada na análise das competências da segunda geração deste mestrado, estudo proposto nesta dissertação:

Competências do Gestor e Curador da Informação	
Comunicação e competência interpessoal	Comunicação clara e efetiva com uma variedade de audiências (utilizadores, criadores, gestores, investigadores e colaboradores).
Curadoria e preservação de conteúdos	Compreender e aplicar as atividades definidas no ciclo de vida da curadoria.
Tecnologias da curadoria	Identificar, usar e desenvolver ferramentas que apoiem a atividade da curadoria digital.
Leitura do meio envolvente	Manter-se a par das tendências tecnológicas e práticas que afetem o trabalho profissional.
Gestão, planeamento e avaliação	Planear, coordenar, implementar e assessorar programas, projetos e serviços ligados à curadoria.
Serviços	Criar serviços que respondam às necessidades da comunidade e da instituição.
Sistemas e modelos	Capacidade de raciocínio abstrato sobre modelos conceptuais de alto-nível, sistemas e <i>workflow</i> .

Figura 10 Competências do Gestor e Curador da Informação (baseado em Kim, Warga & Moen, 2013).
Fonte: Reyes et al. (2017, p. 7).

Resumindo, no perfil de GCI procuram-se, por um lado, “competências estratégicas, técnicas e práticas de investigação” (Henriques, 2017, p. 47) e, por outro lado, “trabalho de equipa, comunicação, trabalho em rede, línguas, interculturalidade” (Barata & Ochôa, 2015, p. 11), capacitando o/a futuro(a) gestor(a) e curador(a) de informação a lidar com a incerteza ao providenciar-lhe conhecimentos em todas as fases do ciclo de vida da informação e em áreas como gestão de informação, competências sociais, resolução de problemas e empreendedorismo (Barata & Ochôa, 2015).

A universidade desempenha um papel importante no desenvolvimento destes perfis através da formação que é capaz de oferecer e pela relação que estabelece com o mundo organizacional e os serviços públicos. Atualmente, em Portugal, existe formação universitária em I-D:

- Em todos os graus de ensino, no entanto é ao nível do mestrado que a oferta se destaca, com pelo menos oito Universidades/Institutos;
- Esta formação está diluída por várias Universidades/Institutos;
- Apenas duas Universidades contemplam os três ciclos de estudo (licenciatura, mestrado e doutoramento), a saber a Universidade do Porto e a Universidade de Coimbra;

- Ao nível da licenciatura, as ofertas aparecem em Universidades sediadas no Porto, em Lisboa e em Coimbra;
- Ao nível da pós-graduação destacam-se os Institutos em Fafe, Porto e Santarém;
- Ao nível do mestrado, surgem novamente as Universidades do Porto, Lisboa, Coimbra, juntando-se as Universidades em Guimarães e Covilhã;
- Ao nível doutoramento aparecem as Universidades de Aveiro, Coimbra e Porto e;
- As ofertas são sobretudo no norte e centro do país, não existindo nenhuma oferta no sul do país⁶.

Por último, este mestrado caracteriza-se também por proporcionar uma formação de aprendizagem ao longo da vida para os profissionais da I-D que desejam relembrar e atualizar os conhecimentos, assim como aprender novos conteúdos. Tal como afirmam os autores Swan e Brown (2008, p. 20),

“Data scientists do not arrive in a job fully equipped with all the skills to take them forward ad infinitum. They need continually to update themselves on new developments and techniques.”

Ou seja, a procura e a oferta de uma constante atualização de conhecimentos, quer académicos, quer por outros meios de formação, vêm comprovar a renovação e reconfiguração de perfis mais transversais e, por consequência, de novas competências (Barata & Ochôa, 2015).

⁶ Informação consultada no site da Associação Portuguesa de bibliotecários, arquivistas e documentalistas, disponível em: apbad.pt/Formacao/formacao_cdisp.htm (consultado no dia 22 de março de 2020). Nesta lista ainda não está incluído o mestrado em Gestão e Curadoria da Informação, uma parceria entre a FCSH e IMS da Universidade NOVA de Lisboa.

3. Estádio conceptual

O conhecimento científico é construído a partir da racionalidade e da objetividade do investigador, pressupondo que este tenha um raciocínio lógico e siga um método. O raciocínio lógico é importante para formular hipóteses, pois, parafraseando Vilelas (2009, p. 26), este raciocínio “combina ao mesmo tempo a experiência, as faculdades intelectuais e os processos de pensamento.” Já o método científico, no qual toda a ciência assenta, “é dotado de um poder descritivo explicativo dos factos, dos conhecimentos e dos fenómenos” (*ibidem*), necessário para o investigador conduzir a sua pesquisa.

Assim, qualquer investigação científica inicia-se com um estágio conceptual, onde um tema é problematizado e algumas hipóteses são formuladas, objetivando-se a construção dos alicerces da investigação. Esta fase é de extrema importância, na medida em que, guiará a restante investigação e ajudará a definir os processos da pesquisa científica, como o método e os instrumentos de pesquisa (Gomes, 2014).

Tendo como objetivo contribuir para o delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google, nesta dissertação problematiza-se os seus C.Info para inferir as competências e as habilidades deste *cohort*. As hipóteses formuladas estão sustentadas pela revisão de literatura realizada e o modelo conceptual deriva destas mesmas hipóteses.

Deste modo, este capítulo principia-se com a problematização da investigação, sucedendo-se a definição dos objetivos, a enunciação das hipóteses e, por fim, a elaboração de um modelo conceptual que relaciona todas as variáveis.

3.1 Problematização da investigação

Uma investigação científica principia-se com a formulação de um problema, a partir do qual se dá uma ou várias respostas provisórias, denominadas hipóteses, as quais serão corroboradas ou refutadas no decorrer da investigação (Gomes, 2014). A resposta final a esta ou estas questões será obtida apenas após a realização da investigação (Vilelas, 2009).

Nesta dissertação, a questão de investigação a ser respondida e já mencionada anteriormente é a seguinte: Qual o perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google?

Por consequência, outras questões derivam da questão principal, tais como:

- Quais as necessidades que fazem desencadear o C.Info?
- O que, como e porquê procuram e usam a informação?
- Quais os fatores que afetam a sua procura e o seu uso?
- Que *insights* nos dão os seus comportamentos e os modelos informacionais para delinear o seu perfil?
- Quais as suas habilidades e competências?
- Quais as diferenças e as semelhanças entre a geração Google e a geração Y?
- Será a gestão e curadoria da informação uma profissão do futuro?

Após situar o problema, definem-se o objetivo principal e os objetivos secundários desta investigação que irão ajudar a responder a estas questões.

3.1.1 Objetivos da investigação

O objetivo geral desta dissertação consiste em delinear o perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google.

Com base neste objetivo geral, foram definidos seis objetivos secundários:

- Analisar as situações informacionais dos *cohorts* em estudo;
- Comparar os modelos de C.Info da amostra acerca da necessidade, da procura e do uso de informação, assim como os fatores que afetam os C.Info da geração Google e da geração Y;
- Analisar e compreender os modos, os contextos e o ambiente em que as Estudantes procuram e usam a informação;
- Evidenciar as habilidades e competências implícitas e explícitas a partir da análise documental e dos modelos de C.Info elaborados pelas Estudantes;
- Correlacionar todas as características anteriormente citadas com as características da geração Google e da geração Y;
- Contribuir para a área de estudos da GCI e do C.Info de mulheres.

3.2 Formulação de hipóteses

Entende-se por hipótese a resposta possível ou testável de um problema, que se pode vir a verificar ou a refutar através da pesquisa (Lakatos, 2003). Nas palavras de Bryman (2012) e Lakatos (2003), a hipótese é a previsão do que será encontrado no final da investigação e é formulada em forma de afirmação.

Em ciências sociais, a hipótese é utilizada como uma suposição ou conjectura que é feita no início da investigação e conduzirá a pesquisa. Segundo Gomes (2014) e Vilelas (2009), a hipótese pode ser considerada como o fio condutor do pensamento do investigador, que ao longo do seu percurso vai verificando, reformulando essa suposição e assinalando novos caminhos de investigação.

A formulação de hipóteses pressupõe objetividade por parte do investigador, pois este deve descrever a realidade do fenómeno em estudo tal como esta se apresenta e não como o investigador imagina ou gostaria que se apresentasse. As hipóteses devem, assim, refletir qualidades do fenómeno e estas devem ser verificadas através da sua corroboração ou refutação (Vilelas, 2009).

Existem dois tipos de hipóteses: dedutivas e indutivas. As hipóteses dedutivas “decorrem de um determinado campo teórico e procuram comprovar deduções implícitas nas mesmas teorias”, enquanto as hipóteses indutivas, tal como o nome indica, “surgem da observação ou reflexão acerca da realidade” (Vilelas, 2009, p. 91) ou da análise de factos.

Devido à natureza qualitativa dos dados em estudo, foram formuladas seis hipóteses indutivas, a partir da observação da realidade, em conjunto com o problema e os objetivos de investigação, e da revisão da literatura realizada, com a finalidade de guiar esta pesquisa, as quais apresentamos de seguida.

O estudo dos C.Info, que analisa a forma como o indivíduo procura, pesquisa e utiliza a informação (Wilson, 1999), contribui positivamente para o delineamento do perfil das gestoras e curadoras de informação, na medida em que evidencia as competências e habilidades das Estudantes. Apesar de muitas vezes os indivíduos não estarem conscientes deste comportamento, eles estão envolvidos em situações informacionais todos os dias e a todo o momento, a partir das quais as suas competências,

habilidades e características pessoais são chamadas a participar. Hoje em dia, a geração apelidada de Google procura informação de uma forma mais holística (Koja-Odongo & Mostert, 2006), graças ao surgimento da internet e dos dispositivos eletrônicos móveis (Case, 2007; Spink & Cole, 2004), tendo por isso outras competências e habilidades que as gerações anteriores não tinham.

Neste sentido, formulamos a **hipótese principal** desta investigação: os modelos de comportamento informacional contribuem positivamente para o delineamento do perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google.

A partir da hipótese principal, e de forma a complementá-la, foram formuladas mais cinco hipóteses secundárias.

De acordo com Case (2007), necessidade informacional é o reconhecimento de uma lacuna no conhecimento do indivíduo que, para a satisfazer, se envolve num comportamento de procura de informação e, após encontrá-la, incorpora-a no seu conhecimento. Assim, o C.Info das alunas do mestrado em GCI é determinado pela forma como estas respondem às necessidades, incertezas e objetivos, pelos meios de comunicação que utilizam para procurar a informação e como a incorporam no seu conhecimento. Neste seguimento, formulamos a **primeira hipótese secundária**: a necessidade, a procura e o uso da informação determinam o C.Info das Estudantes do mestrado em GCI.

As barreiras ou variáveis de intervenção apontadas por Wilson (1981, 1997) nos seus modelos de C.Info, a saber barreiras pessoais, interpessoais, contextuais e meio ambiente, influenciam o C.Info das mulheres. Estas barreiras podem ser vistas de duas perspetivas diferentes: ora como obstáculos que dificultam ou bloqueiam o envolvimento na situação informacional, ora como motivadores do C.Info. Assim, estas barreiras vão depender do contexto e do meio ambiente em que a situação informacional ocorre. De acordo com Torres (2016), os contextos são os organizadores da vida social, estando associados, por exemplo, às barreiras que as mulheres têm que enfrentar tanto na esfera pública como na esfera privada. A **segunda hipótese secundária** que formulamos é: os fatores pessoais, interpessoais, contextuais e o ambiente possuem grandes influências no C.Info das mulheres.

A forma como as futuras gestoras e curadoras de informação desenharam o seu modelo e como refletiram sobre as suas práticas informacionais permite ao investigador tirar *insights* sobre as suas competências e habilidades. Essas mesmas evidenciam-se a partir da forma como o seu próprio comportamento foi descrito, as ferramentas que utilizaram para o descrever, a forma como lidaram com a necessidade de informação, entre outros fatores. Assim, a **terceira hipótese secundária** é: as competências e habilidades evidenciam-se a partir dos modelos reflexivos do C.I das Estudantes.

A geração Google possui competências e habilidades tecnológicas que, de acordo com Rowlands et al. (2008) são diferentes da geração Y, tendo esta que se adaptar ao novo contexto tecnológico. Estas gerações possuem diferentes literacias e competências para responder às necessidades informacionais, tal como apresentado no subcapítulo 2.4. Deste modo, formulamos a **quarta hipótese secundária**: as competências e habilidades da geração Google diferenciam-se das competências e habilidades da geração Y.

Por último, como evidenciado por Ehlers e Kellermann (2019), no relatório *The Future Skills: the future of learning and higher education*, existe uma lacuna entre o conhecimento e as habilidades exigidas por certos contextos profissionais. Os autores prosseguem afirmando que já não basta apenas o conhecimento adquirido ao longo de uma licenciatura, mas é preciso trabalhar noutras habilidades que capacitem o estudante aquando da entrada no mercado de trabalho, nomeadamente na habilidade de lidar com a incerteza. A incerteza é uma das habilidades mais valorizadas neste relatório, pois a rápida mudança da tecnologia, assim como dos contextos profissionais, faz com que o estudante tenha de estar preparado para se adaptar a essas mudanças. A informação pode ser considerada uma ferramenta de extrema utilidade na redução da incerteza. Ora, se os/as gestores(as) e curadores(as) de informação estão habilitados(as) a avaliar, a gerir e tomar decisões com base em informação, a qual irá reduzir a incerteza do problema, esta é uma das profissões do futuro, na medida em que possuem as ferramentas para lidar com o desconhecido. Daí que a **quinta hipótese secundária** formulada seja: gestão e curadoria de informação é uma profissão do futuro.

Em suma, uma das características do conhecimento científico é a sua fiabilidade. Por outras palavras, ao reconhecer a “possibilidade de equívocos e [a] ocorrência de erros” conclui-se que todo o conhecimento científico é provisório, pois não existem verdades absolutas. Isto permite que os conhecimentos formulados sejam revistos e

discutidos por pares, podendo ser modificados, aperfeiçoados e renovados (Vilelas, 2009).

3.3 Modelo conceptual

Segundo Wilson (1999), um modelo pode ser delineado através de uma estrutura, a partir da qual um problema se pode desenvolver através das relações entre as proposições teóricas. Bates (2005) acrescenta que estas relações podem ser testadas para validação. Parafraseando a mesma autora, para uma melhor compreensão de um fenómeno, os modelos são muito úteis, pois ajudam a descrever e a prever os seus vários estádios.

Na figura 11 é possível verificar a interconexão entre o problema, os objetivos e as hipóteses anteriormente apresentados e formulados: através do C.Info de mulheres (estudantes do mestrado em GCI) e da análise dos modelos de C.Info é possível determinar as necessidades, a procura e o uso de informação, assim como os fatores pessoais e interpessoais, o contexto e o meio ambiente que influenciaram aquele comportamento. Ademais, as competências e as habilidades são evidenciadas a partir do C.Info e do desenvolvimento de modelos e vice-versa. Todas estas variáveis convergem para o delineamento do perfil das gestoras e curadoras de informação, no qual há um reconhecimento das competências e habilidades que levam a que esta seja uma profissão do futuro e da geração Google. Salientar ainda que todas as variáveis de alguma forma se influenciam mutuamente, como demonstrado na figura.



Figura 11 Modelo conceitual.
Fonte: elaboração própria.

Por conseguinte, estas proposições teóricas, também designadas por hipóteses, permitiram, ao serem formuladas, a identificação e a definição de variáveis e as suas relações (Gomes, 2014). Não obstante, estando na presença de fenómenos de comportamento humano, os quais ocorrem num contexto complexo de variáveis interrelacionadas, apercebemo-nos de que existem uma multiplicidade de variáveis que se influenciam mutuamente, justificando-se “a impossibilidade de a partir delas se poderem retirar leis gerais” (Vilelas, 2009, p. 80). Daí os cientistas sociais se debaterem mais sobre o problema epistemológico e as formas de explicar claramente a complexidade social (*ibidem*).

No capítulo seguinte serão traçados os procedimentos metodológicos desta investigação com vista a responder ao problema, aos objetivos e às hipóteses formuladas neste capítulo.

4. Metodologia

De acordo com Vilelas (2009, p.32), o comportamento humano como objeto de estudo das ciências sociais é complexo, uma vez que “os fenómenos humanos não podem ser quantificados do mesmo modo que os fenómenos das ciências naturais.” Assim, para produzir ciência é necessário estabelecer uma metodologia, ou seja, estabelecer os procedimentos que a investigação deve seguir, através da aplicação de um método (Lakatos, 2003).

Esse método tem como objetivo “explicitar quais são os motivos pelos quais o pesquisador escolheu determinados caminhos e não outros” (Vilelas 2009, p. 27). Lakatos (2003) reforça esta ideia, afirmando que o método permite alcançar o objetivo através do auxílio no delineamento do caminho a ser seguido na pesquisa porque é através do método que são determinadas as regras de investigação, os critérios de verificação, as técnicas e os instrumentos a utilizar no estudo. Em suma, nas palavras de Vilelas (2009, p.43), método “engloba o estudo dos meios pelos quais se entendem todos os fenómenos e se ordenam os conhecimentos.”

Por conseguinte, o método científico tem várias etapas, sendo que as três primeiras já foram expostas no capítulo anterior: problematização, definição de objetivos e formulação de hipóteses. A última etapa é a experimentação, na qual se faz a verificação das hipóteses e onde se irá corroborar ou refutar a tese.

Para chegar a esta última etapa é preciso delinear as várias fases e os procedimentos pelos quais a investigação passará. Esta dissertação configura-se como um estudo de caso de carácter exploratório-descritivo e de natureza qualitativa, com análise documental e comparativa dos modelos de C.Info realizados pelas futuras gestoras e curadoras de informação.

Este capítulo principia com o estabelecimento dos procedimentos metodológicos, seguindo-se a definição da amostra, a recolha dos dados e, por fim, as preocupações éticas.

4.1 Procedimentos metodológicos

O estabelecimento de procedimentos metodológicos permite uma melhor condução da investigação, determinando passo a passo o modo como ela foi concebida.

A definição destes procedimentos suportou-se no livro *Investigação: o processo de construção do conhecimento* (2009), de José Vilelas, a partir do qual foi desenvolvido um modelo, apresentado na figura abaixo.

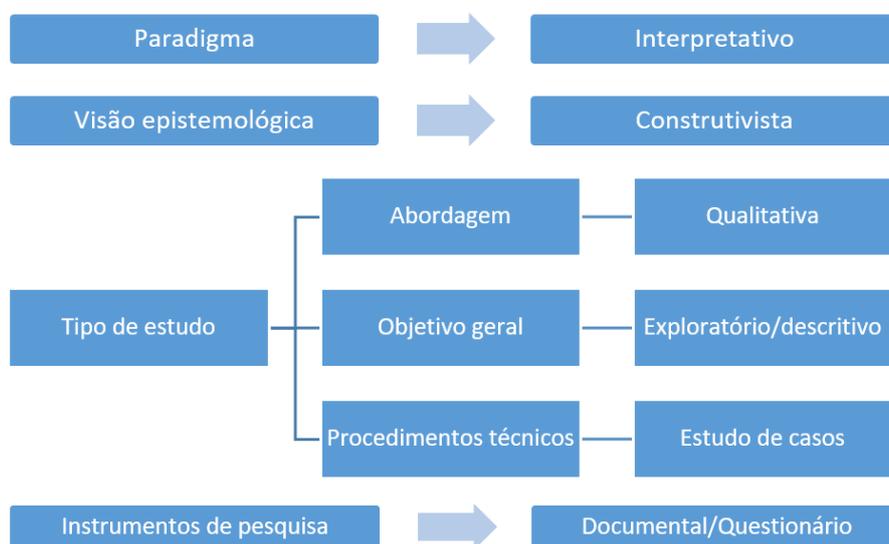


Figura 12 Modelo dos procedimentos metodológicos.
Fonte: elaboração própria.

4.1.1 Paradigma e visão epistemológica

O paradigma pode ser, de acordo com a abordagem supracitada, positivista ou interpretativo. Se a abordagem for quantitativa, utiliza-se um paradigma positivista, pois este assenta numa única realidade objetiva e “pressupõe a existência de leis gerais que regem os fenómenos” (Vilelas, 2009, p. 99). Se a abordagem for qualitativa, utiliza-se o paradigma interpretativo, isto é, um paradigma holístico e indutivo que olha para o conjunto de dados como um todo, refletindo sobre eles e interpretando-os. Através da hermenêutica e da fenomenologia, este paradigma permite “compreender o fenómeno a partir dos próprios dados fornecidos pelos participantes e dos significados atribuídos ao fenómeno” (*ibidem*), conotando-se como subjetivo e socialmente construído. Uma vez que esta investigação se assenta na existência de realidades múltiplas, com dez modelos de C.Info diferentes entre si, e tratamento de dados qualitativos, o paradigma adotado é o interpretativo.

Os estudos em C.Info sofreram uma mudança na visão epistemológica por volta da década de 1980, quando Brenda Dervin começou a questionar os modos estáticos pelos quais eram caracterizadas as necessidades e os usos de informação, surgindo a teoria do “*Sense-making*” (Case, 2006). Os estudiosos de C.Info passaram a adotar um pensamento construtivista, o qual também será adotado nesta dissertação. Entende-se por construtivismo, segundo Werneck (2006, p. 180),

“[...] uma modalidade de aquisição do conhecimento em que o sujeito de modo ativo, compreenda cada fase do processo, perceba os nexos causais existentes entre eles e incorpore como seu aquele conteúdo e não que reconstrua por si mesmo a bagagem científica já constituída”.

Por outras palavras, esta teoria estabelece uma relação muito estreita entre o investigador e o contexto, no qual o investigador tenta “interpretar o fenómeno no seu contexto e sob diversos pontos de vista dos implicados” (Vilelas, 2009, p. 100), construindo uma compreensão do seu mundo. Exige, assim, um investigador ativo que incorpora os conteúdos e retira os significados, analisando-os e interpretando-os com a ideia última de que não existem verdades absolutas, mas sim diferentes perspetivas. Esta teoria permite ainda analisar os discursos do ser humano para demonstrar como significados e conceitos são formados e como influenciam as relações (Case, 2007).

4.1.2 Tipo de estudo quanto à abordagem

Vilelas (2009) define três tipos de estudos: quanto ao modo de abordagem, quanto ao objetivo geral e quanto aos procedimentos técnicos. Tal como já referenciado anteriormente, este estudo assenta numa abordagem qualitativa, a qual permite uma exploração e interpretação do C.Info, do contexto e das competências da amostra *in loco*. Esta abordagem não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas, pois a relação dinâmica existente entre a realidade e o investigador não é traduzível em números, tal como acontece na abordagem quantitativa, mas sim em palavras.

Esta abordagem é livre na escolha da sua metodologia, pois o mais importante é o processo de descoberta e a identificação do “significado e [d]a intencionalidade dos actos, das relações sociais e das estruturas sociais” (Vilelas, 2009, p. 107), descrevendo e formulando explicações a partir da indução de padrões encontrados nos dados dos fenómenos em estudo. Aqui, o investigador também é um dos participantes no fenómeno

em estudo e um dos instrumentos principais, pois de si depende a procura e organização da informação de forma sistemática.

A amostra para este tipo de abordagem tem que se restringir a grupos pequenos, passíveis de serem estudados em profundidade, pois o objetivo desta abordagem é entender o contexto onde o fenómeno ocorre, assim como “conseguir um entendimento mais profundo e, se necessário, subjectivo do objecto de estudo, sem se preocupar com as medidas numéricas e as análises estatísticas” (Vilelas, 2009, p. 108), nem com generalizações. Tal como observado por Gunter et al. (2009a, p. 126):

“[t]he significance of this type of research lies with the insights it can provide into the way people think about questions and reflect in much richer ways on their behaviour than would be permitted by larger-scale surveys that use pre-structured questioning that limit the ranges of responses permitted.”

Sintetizando, Bogdan e Biklen (1994, pp.47-51) apresentam cinco características das investigações qualitativas: é descritiva; tem interesse pelo processo; utiliza a análise indutiva; valoriza o significado; e o investigador é o instrumento principal.

4.1.3 Tipo de estudo quanto ao objetivo geral

O segundo tipo de estudo diz respeito ao objetivo geral, encontrando-se esta investigação entre dois tipos: o exploratório e o descritivo. É exploratório no sentido em que esta é a primeira abordagem feita ao tema, tendo como objetivo contribuir para o delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação, uma profissão emergente em Portugal. É um fenómeno novo, o qual não possui ainda uma descrição sistemática, daí a necessidade de fazer um estudo também descritivo. Ao desenvolver este tipo de estudo será possível traçar as características deste fenómeno e estabelecer relações entre as variáveis, aprofundando mais do que num estudo exploratório.

De acordo com Lakatos (2003), por vezes surge a necessidade de descobrir as potenciais associações entre as variáveis, utilizando-se estudos exploratório-descritivos combinados, os quais têm por objetivo “descrever completamente determinado fenómeno, como, por exemplo, o estudo de um caso para o qual são realizadas análises empíricas e teóricas” (p. 188). Assim, este estudo pretende ser o primeiro passo nesta investigação, estabelecendo comportamentos e competências da amostra e formulando hipóteses para futuros estudos correlacionais.

4.1.4 Tipo de estudo quanto aos procedimentos técnicos

Por último, o estudo de casos, mais em específico o estudo de múltiplos casos, foi o escolhido no tipo de estudo quanto aos procedimentos técnicos, dado que um caso se define como uma unidade social de análise que ocorre num certo contexto (Vilelas, 2009). É um fenómeno específico que pode ser simples ou complexo e pode ser definido pelo tempo e pelo espaço em que ocorre ou ocorreu (Denzin & Lincoln, 2005).

Quando se trabalha com múltiplos casos, Vilelas (2009, p. 142) adverte para duas questões que no seu entender são fundamentais para a sua utilização: critério da amostragem e o número de casos selecionados. Segundo este autor, a amostra deve ser escolhida de acordo com o “interesse do caso em relação ao fenómeno que se está a estudar e [a]s variáveis potencialmente relevantes” e o número de casos selecionados relaciona-se “com as replicações teóricas necessárias ao estudo, ou seja, com a certeza que se quer ter, e não com critérios estatísticos inerentes a determinados níveis de significação.” Estas questões serão aprofundadas no subcapítulo seguinte.

O estudo de múltiplos casos vai acrescentar valor aos tipos de estudos anteriormente mencionados, na medida em que ao estudar vários casos é possível “extrair conhecimentos mais valiosos e fiáveis” (Vilelas, 2009, p. 147). Ademais, este tipo de estudo aumenta a compreensão do fenómeno ao descrever os múltiplos casos de forma holística e ao fazer comparações entre eles, utilizando o método comparativo para verificar semelhanças e diferenças entre eles e estabelecendo “leis e correlações entre os vários grupos e fenómenos sociais” (Vilelas, 2009, p. 49).

4.1.5 Instrumentos de pesquisa

Quanto aos instrumentos de pesquisa foi realizado um questionário acerca das características sociodemográficas (cf. subcapítulo 4.2) das intervenientes, para melhor definir a amostra e compreender o seu contexto.

Para análise dos trabalhos fornecidos pelas futuras gestoras e curadoras de informação, onde se encontram o diário e o modelo de C.Info, os quais fornecem uma evidência forte do seu C.Info (Case, 2006), foi utilizada a técnica de análise documental (Bardin, 1977). Entende-se por análise documental, segundo Chaumier (1974), como

citado por Bardin (1977), a execução metódica do conteúdo de um documento de forma a representá-lo diferentemente do original com o objetivo de facilitar a sua consulta, referência e obtenção do máximo de informação pertinente.

Estes documentos serão analisados a partir do seu conteúdo com o objetivo de fazer deduções lógicas acerca das mensagens implícitas e explícitas. Para Bardin (1977), como citado por Vilelas (2009, p. 336), a análise de conteúdo possui uma função heurística, “que visa enriquecer a pesquisa exploratória, aumentando a propensão para a descoberta e proporcionando o surgimento das hipóteses quando se examinam as mensagens pouco exploradas anteriormente.”

Por conseguinte, o objetivo da análise de conteúdos “é a manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo), para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem” (Bardin, 1977, p. 46). Como procedimento será utilizada a análise categorial temática, a qual permite agrupar a informação em categorias para a partir daí tirar ilações, pois segundo Bardin (1977, p. 153) este método “funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos. Entre as diferentes possibilidades de categorização, a investigação dos temas, ou *análise temática*, é rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos directos (significações manifestas) e simples.”

Para enriquecer esta investigação e sendo esta uma investigação qualitativa, recorreu-se também ao método da análise comparativa com a finalidade de analisar e estabelecer divergências e convergências entre as categorias dos modelos apresentados para a partir daí retirar ilações sobre as competências, habilidades e, conseqüentemente, delinear o perfil das futuras gestoras e curadoras de informação.

Como afirmam Schneider e Schmitt (1998, p. 49),

“[a] comparação, enquanto momento da atividade cognitiva, pode ser considerada como inerente ao processo de construção do conhecimento nas ciências sociais. É lançando mão de um tipo de raciocínio comparativo que podemos descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, identificando continuidades e discontinuidades, semelhanças e diferenças, e explicitando as determinações mais gerais que regem os fenômenos sociais.”

Este método permite então uma abordagem rigorosa, mas ao mesmo tempo bastante abrangente sobre o fenômeno em estudo, contribuindo para a construção do seu

conhecimento através da aferição das suas categorias, padrões e características e, por consequência, das suas convergências e divergências.

Assim, numa primeira fase foi realizada uma pré-análise onde os documentos foram selecionados, as hipóteses formuladas e os objetivos definidos. Numa segunda fase, procedeu-se à exploração do material com a formulação de um sistema de categorias e recorrendo à análise comparativa entre as categorias estabelecidas pela amostra nos seus modelos de C.Info. Na terceira e última fase, procedeu-se ao tratamento dos resultados obtidos e à sua interpretação (Bardin, 1977), através da triangulação das várias fontes de informação para assegurar uma visão holística do fenómeno em estudo (Denzin & Lincoln, 2005). De forma a sistematizar o método de análise de conteúdo desenvolveu-se a seguinte tabela:

1ª fase	2ª fase	3ª fase
Pré-análise	Exploração do material	Tratamento dos resultados e interpretação
Seleção dos documentos para análise; Formulação de hipóteses e definição de objetivos; Preparação do material.	Aplicação dos procedimentos metodológicos; Sistema de categorias das unidades de registo; Análise comparativa entre as categorias dos modelos de C.Info da amostra.	Dar significado aos resultados, corroborando ou refutando as hipóteses; Triangulação dos resultados com as várias fontes de informação; Implicações práticas e teóricas dos resultados.

Tabela 1 Fases da análise de conteúdo [baseado em Bardin (1977) e Denzin e Lincoln (2005)].
Fonte: elaboração própria.

De seguida será definida a amostra desta investigação, tendo em conta os procedimentos metodológicos estabelecidos.

4.2 Definição da amostra

Entende-se por população “o conjunto de todos os indivíduos nos quais se desejam investigar algumas propriedades” (Vilelas, 2009). Assim, a população deste estudo empírico é constituída pelas alunas do mestrado em GCI do ano letivo 2018/2019 e futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal. Tendo nesse ano letivo frequentado este curso apenas um homem, o mesmo foi desconsiderado no estudo, focalizando-se num estudo sobre mulheres.

A partir desta população constituiu-se uma amostra intencional. Por outras palavras, a escolha da amostra foi feita segundo características de carácter sociodemográficas e quanto aos tipos de estudo que a investigadora procurou analisar na heterogeneidade da população:

- Sexo: os elementos da amostra tinham de ser do sexo feminino;
- Idade: metade dos elementos da amostra tinha de pertencer à geração Google e a outra metade à geração Y;
- Nível de escolaridade: os elementos da amostra tinham de ter ingressado e estar a frequentar o mestrado em GCI no ano letivo 2018/2019 e, em específico, a disciplina de Fundamentos da Ciência da Informação;
- Área de estudos: *background* académico antes do ingresso neste mestrado;
- Setor de atividade: área profissional que trabalhavam antes de ingressarem no mestrado e após finalizarem o primeiro ano e;
- Estado profissional: os elementos da amostra podiam estar empregados, desempregados e/ou estudantes.

Além destas características também se procurou conhecer as principais motivações que as levaram a inscreverem-se e a frequentar este mestrado.

As características dos tipos de estudo quanto aos procedimentos técnicos, nomeadamente, o estudo de casos múltiplos, permite seguir certos critérios para a seleção desses mesmos casos. Assim, seguindo os critérios de Vilelas (2009), procurou-se nesta amostra:

- Casos típicos: estudantes que estão a fazer o seu percurso académico convencional – licenciatura seguido de mestrado;
- Casos extremos: geração Google e geração Y com bagagens pessoais e profissionais diferentes e;
- Casos atípicos: estudantes que mudaram a sua área de estudos devido à empregabilidade da área de GCI.

De seguida, são apresentadas as características sociodemográficas dos elementos da amostra. Foi atribuído a cada um dos elementos o nome “Estudante”, seguido de um número, para anonimizar e distinguir ao longo da análise.

Estudante 1

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 23 anos, possuindo já uma licenciatura em CI. Após se licenciar, decidiu fazer um *gap year*, no qual esteve a trabalhar na área da restauração. Após o ingresso no mestrado, decidiu apenas dedicar-se aos estudos para aprofundar os conhecimentos na área da informação. Atualmente encontra-se empregada na área de GCI.

Estudante 2

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 21 anos, possuindo uma licenciatura em História. Após ingressar no mestrado, conseguiu emprego na área de Bibliotecas e Arquivos, tendo sido esta a principal motivação pela qual se inscreveu no mesmo. Atualmente continua empregada na mesma área.

Estudante 3

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 37 anos, possuindo já uma pós-graduação em Arquivo e trabalhando na área. Atualização de conhecimentos foi a motivação principal pela qual se inscreveu neste mestrado, dado que continua empregada nesta área.

Estudante 4

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 27 anos, possuindo uma licenciatura em História. Ingressou na faculdade cinco anos após ter terminado o ensino secundário, tendo feito o caminho académico convencional (licenciatura seguida de mestrado). O que a motivou a ingressar nesta área foi a oportunidade de emprego. Atualmente trabalha na área de Arquivo.

Estudante 5

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 23 anos, possuindo uma licenciatura em Psicologia e trabalhando na área de gestão de projetos. A atualidade e a necessidade de aprofundar mais o universo da informação e dos dados foram as motivações que a levaram a inscrever-se neste mestrado. Atualmente continua a trabalhar na mesma área.

Estudante 6

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 30 anos, possuindo dois bacharelatos, um em Tradução e Interpretação e outro em Biblioteconomia. Na altura em que ingressou

no mestrado trabalhava na área de análise de dados e os motivos que a levaram a frequentar este mestrado foram o aprimoramento dos conhecimentos e a qualificação profissional. Neste momento decidiu fazer um *gap year* para se concentrar na dissertação de mestrado, sendo apenas estudante.

Estudante 7

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 31 anos, estando a concluir um mestrado em Business Administration (MBA), no Brasil, e trabalhando na área financeira de uma multinacional. A motivação que a levou a ingressar neste mestrado foi a procura contínua por novo conhecimento para aplicar na sua área e contribuir para a geração de resultados. Atualmente continua a trabalhar na área financeira.

Estudante 8

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 22 anos, possuindo uma licenciatura em Línguas, Literaturas e Culturas. Fez o percurso académico convencional, licenciando-se e ingressando de seguida neste mestrado pela atualidade e novidade da área. Neste momento, encontra-se empregada na área de GCI.

Estudante 9

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 21 anos, possuindo uma licenciatura em História e trabalhando na área de vendas. O desafio de abordar a área da CI por uma outra perspetiva foi o principal motivo que a levou a inscrever-se neste mestrado. Atualmente está empregada na área da saúde.

Estudante 10

Iniciou o mestrado em GCI quando tinha 33 anos, possuindo uma licenciatura em Estudos Artísticos e trabalhando nos serviços administrativos de saúde. Foram vários os motivos que a levaram a escolher e a frequentar este mestrado, nomeadamente a componente curricular e a empregabilidade que uma formação nesta área proporciona. Atualmente continua empregada na mesma área.

Segue uma tabela-súmula com as características sociodemográficas:

Amostra	Idade	Nível de escolaridade/área	Setor de atividade anterior	Motivação	Setor de atividade atual
Estudante 1	23 anos	Licenciada/Ciência da Informação	Estudante	Aprofundar conhecimento	GCI
Estudante 2	21 anos	Licenciada/História	GCI	Empregabilidade	GCI
Estudante 3	37 anos	Pós-graduada/Arquivo	GCI	Atualização do conhecimento	GCI
Estudante 4	27 anos	Licenciada/História	Estudante	Empregabilidade	GCI
Estudante 5	23 anos	Licenciada/Psicologia	GCI	Aprofundar conhecimento	GCI
Estudante 6	30 anos	Bacharel/Tradução e Interpretação; Biblioteconomia	GCI	Qualificação profissional	Estudante
Estudante 7	31 anos	Mestre/Business Administration	Financeira	Aprofundar conhecimento	Financeira
Estudante 8	22 anos	Licenciada/Línguas, Literaturas e Culturas	Estudante	Atualidade	GCI
Estudante 9	21 anos	Licenciada/História	Vendas	Aprofundar conhecimento	Saúde
Estudante 10	33 anos	Licenciada/Estudos Artísticos	Saúde	Empregabilidade	Saúde

Tabela 2 Características sociodemográficas da amostra.
Fonte: elaboração própria.

Por conseguinte, atendendo às características sociodemográficas procuradas foram selecionadas dez mulheres, cinco pertencentes à geração Google e as restantes cinco pertencentes à geração Y, com idades compreendidas entre os 21 e 37 anos.

A maioria é licenciada, havendo uma pós-graduada e outra mestre, em áreas que vão desde a História (três Estudantes), à CI (três Estudantes), Psicologia (uma Estudante), Estudos Artísticos (uma Estudante) e Administração (uma Estudante) e que atualmente se encontram a frequentar o mestrado em GCI. Quando ingressaram no mestrado (até novembro de 2018), três delas eram estudantes e as restantes encontravam-se empregadas (quatro das Estudantes estavam empregadas na área de GCI). Todas frequentaram, no ano de 2018, a disciplina de Fundamentos da Ciência da Informação e realizaram o trabalho proposto pela docente (diário e modelo de C.Info).

A motivação para ingressar neste mestrado assenta em três grandes objetivos: aprofundamento/atualização do conhecimento; empregabilidade e; qualificação profissional.

Atualmente, seis Estudantes estão empregadas na área de GCI, uma está empregada na área financeira, duas na área da saúde e é estudante.

Quanto às características do estudo de múltiplos casos: nos casos típicos foram encontrados cinco casos de Estudantes que terminaram a licenciatura e ingressaram de seguida no mestrado; nos casos extremos existem duas estudantes com 21 anos, pertencentes à geração Google e uma estudante com 37 anos pertencente à geração Y e; nos casos atípicos foram encontradas três estudantes cuja motivação para ingressar neste mestrado foi a empregabilidade do mesmo.

De forma a sintetizar as características do estudo de múltiplos casos, segue a seguinte tabela:

Características sociodemográficas/estudo de múltiplos casos	Amostra
Sexo	10 mulheres (5 – geração Google; 5 – geração Y)
Idade	21-37 anos
Nível de escolaridade	Frequência no mestrado em GCI e aprovadas na disciplina Fundamentos da Ciência da Informação
Estado profissional (até novembro de 2018)	7 empregadas; 3 estudantes.
Casos típicos	5 estudantes
Casos extremos	3 estudantes
Casos atípicos	3 estudante

Tabela 3 Características sociodemográficas e estudo de múltiplos casos da amostra.
Fonte: elaboração própria.

A tentativa de reconstruir a amostra a partir de variáveis sociodemográficas já não é suficiente nos dias de hoje. Além das características apontadas é preciso ter em conta, de acordo com Tamayo Rueda e Meneses Placeres (2018, p. 6-7), “variables sociopsicológicas, afectivas, emocionales y cognitivas, por ejemplo, actitud, valores, comportamiento, experiencia cognitivas habilidades cognitivas, etc.”. Estas variáveis serão analisadas com base nos modelos de C.Info desenvolvidos pelas Estudantes.

4.3 Recolha de dados

Os dados utilizados nesta dissertação derivam de um trabalho proposto e realizado no âmbito da disciplina Fundamentos da Ciência da Informação, do mestrado em GCI, no ano letivo 2018/2019. A docente desta disciplina, Professora Doutora Paula Ochôa, propôs a realização de um diário informacional, no qual cada estudante registaria três dias do seu quotidiano informacional. A escolha dos dias ficou ao critério dos estudantes, que

podia escolher fazer a recolha de três dias consecutivos ou três dias aleatórios, entre os meses de setembro e novembro de 2018.

O registo do diário foi feito em texto narrativo ou em tabela. Na descrição das situações informacionais, para uma melhor visualização, alguns estudantes socorreram-se de categorias sugeridas pela docente e publicadas no artigo de G. Silva et al. (2019):

- Contexto: local ou espaço em que a situação ocorre;
- Tempo: marca o início de cada situação e a sua duração;
- Material/instrumento: dispositivos digitais e não digitais, assim como, interação social;
- Social: se estava sozinha ou acompanhada na situação informacional;
- Atividade: o momento informacional ou ação realizada num determinado período;
- Barreiras: nível cognitivo, emocional, situacional e tecnológico e;
- Satisfação ou não satisfação: se conseguiu satisfazer ou não a sua necessidade.

Após a concretização do diário, a docente propôs a realização de um modelo de C.Info, o qual deveria espelhar as atividades informacionais realizadas nos três dias. Cada modelo é único, uma vez que cada Estudante tem competências e literacias informacionais e digitais divergentes⁷.

Através do contacto pessoal, dado que a investigadora é colega do grupo em estudo, foi pedido a cedência do uso e análise do seu trabalho nesta dissertação. Da amostra escolhida previamente, todas deram o seu consentimento. A partir da sua autorização, a Professora Doutora Paula Ochôa encaminhou os seus trabalhos à investigadora para prosseguir com a investigação.

Naturalmente, o uso de dados pessoais, nomeadamente após o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD), coloca questões éticas, as quais serão debatidas no subcapítulo seguinte.

⁷ Parte destes dados foram apresentados oralmente no *V Congresso Literacia, Media e Cidadania: Tecnologia, Desinformação e Ética* que decorreu em Aveiro, no dia 3 de maio de 2019, e publicados no livro de atas do Congresso com o título “Comportamento informacional e literacia digital: uma experiência pedagógica” (2019), redigido pela autora desta dissertação em coautoria com Gislane Silva e Marina Aleixo.

4.4. Preocupações éticas

A posição adotada nesta dissertação é de investigadora *insider*, dado que sou colega dos membros da amostra deste estudo, partilhando características sociodemográficas, além de experiências e conhecimentos adquiridos ao longo da frequência do mestrado em GCI. Por um lado, ser uma investigadora *insider* tem aspetos positivos por conhecer o contexto e pertencer ao meio ambiente, por outro lado tem aspetos negativos pois pode causar um enviesamento na observação e interpretação dos dados. Não obstante, tal pode também acontecer aos investigadores *outsiders*, como observa Chavez (2008, p. 475): “[a]s a result, qualitative researchers, outsiders or insiders, cannot be assured that their observations, interpretations, and representations are not affected by their various identities or positionalities.”

No entanto, há certas preocupações éticas a ter em conta numa investigação qualitativa com uma posição *insider*. Ademais, ao longo da pesquisa questões morais e éticas vão surgindo, as quais “podem entrar em conflito com o rigor da investigação” (Vilelas, 2009, p. 371). Daí a importância de estabelecer *a priori* os procedimentos éticos e morais que guiarão esta dissertação.

A ética e a moral andam de braços dados, já que em termos de significado muito se assemelham. A ética “trata/estuda o que é bom para o indivíduo e para a sociedade, tendo em vista qual a natureza dos deveres na interação pessoa e sociedade” (A. M. da Silva, 2010, p. 108). Por outras palavras, a ética ajuda na resolução de dilemas que os investigadores vão encontrando ao longo da investigação. A moral, por seu turno, “é o conjunto de normas, princípios, preceitos, costumes e valores que guiam a conduta do indivíduo dentro do seu grupo social” (*ibidem*).

Tratando-se de uma investigação qualitativa, a qual lida com pessoas e com os seus dados pessoais, foram tidas em consideração preocupações éticas que daí poderiam advir, nomeadamente, quanto aos seus direitos, liberdade e privacidade. Assegura-se que:

1. As intervenientes aderiram voluntariamente a esta investigação informadas e conscientes da natureza e objetivos do estudo;

2. A identidade das intervenientes está protegida através do anonimato. Nesta dissertação as intervenientes são identificadas como “Estudante” seguido de um número;

3. As informações prestadas e os materiais cedidos são para uso exclusivo desta investigação e futuras comunicações e publicação de artigos que daí possam advir;

4. A investigadora compromete-se a não revelar a terceiros informações sobre as intervenientes;

5. A investigadora compromete-se a ser verdadeira na escrita dos resultados, sendo fiel aos dados que obteve e;

6. A investigadora compromete-se a partilhar com as intervenientes as conclusões do seu estudo.

5. Análise de conteúdo e análise comparativa dos modelos de comportamento informacional

O surgimento da sociedade de informação teve um enorme impacto na profissão I-D devido, por um lado, aos avanços das TIC e, por outro lado, à quantidade de informação disponível através dos diversos meios de comunicação, nomeadamente, a partir da democratização da Internet. Importa, por isso, compreender de que forma esta mudança contribuiu para a incerteza da profissão e para o surgimento de novos perfis e competências profissionais.

Para compreender este fenómeno serão analisados dez modelos de C.Info desenvolvidos por dez Estudantes do mestrado em GCI, no âmbito da disciplina Fundamentos da Ciência da Informação, no ano letivo 2018/2019. Estes modelos tiveram em conta três dias de recolha das suas situações informacionais e um conjunto de variáveis que influenciaram/motivaram as necessidades informacionais e que interferiram na sua satisfação ou não satisfação.

Os modelos desenvolvidos pelas Estudantes são versões simplificadas dos seus C.Info, ligados principalmente aos seus hábitos de consumo de informação. Por norma, estes modelos são apresentados em formato diagrama e de forma causal, ou seja, retratam as variáveis e conectam-nas através de setas que apontam numa direção de influência. No entanto, são de uma riqueza enorme de significados pois permitem refletir várias teorias sobre como uma parte desta profissão/formação está a evoluir. Os modelos das Estudantes serão apresentados, por uma questão de economia de espaço, em anexo.

A amostra divide-se em duas gerações: geração Google constituída pelas Estudantes 1, 2, 5, 8 e 9 e a geração Y pelas Estudantes 3, 4, 6, 7 e 10 (ver tabela 2). A análise será feita com base nesta divisão com o objetivo de corroborar ou refutar as hipóteses formuladas no capítulo 3.2.

Assim, e uma vez estabelecida a metodologia a ser utilizada na análise comparativa dos modelos (capítulo 4), importa agora estabelecer os parâmetros que unifiquem os termos, ideias e conceitos que caracterizam as etapas do C.Info das Estudantes. Este procedimento visa o estabelecimento de padrões semânticos observados na nomeação das etapas dos processos em cada um dos modelos estudados, os quais devem ser equivalentes na sua definição de modo a possibilitar a análise comparativa.

Para ajudar nesta parametrização foi tido como base de uniformização as etapas utilizadas nos seis modelos explanados no subcapítulo 2.2.1 e apresentados na tabela 4:

- Modelo de comportamento informacional por Wilson (1981a);
- Modelo de necessidade e procura de informação por Wilson (1981b);
- Modelo de pesquisa de informação por Krikelas (1983);
- Modelo da metáfora *Sense-making* por Dervin (1983);
- Modelo de comportamento informacional por Wilson (1996) e;
- Modelo de processo de atividade por Wilson (2006).

Wilson (1981a)	Wilson (1981b)	Krikelas (1983)	Dervin (1983)	Wilson (1997)	Wilson (2006)
Utilizador da informação	Pessoa	Informação armazenada / Difusão de informação	Situação (história, experiências passadas e presente)	Pessoa em contexto	Sujeito
“Necessidade”	Necessidades (psicológicas, afetivas e cognitivas)	Criação da Necessidade Evento / Ambiente	Espaço / Tempo	Contexto da necessidade de informação	Motivação / Objetivo
Comportamento de procura de informação	Comportamento de procura de informação	Necessidades (adiadas ou imediatas)	Ponte	Mecanismo ativador (Teoria stress/sobrevivência)	Ações
Procura em sistemas de informação / Procura noutras fontes de informação	Papel (trabalho e nível de desempenho)	Fonte preferida (interna/externa)	Verbalizar (<i>sense-making</i>)	Variáveis de intervenção (psicológico/demográfico/relacionado com o papel ou interpessoal/ambiente/características da fonte)	Objeto
Sucesso / Fracasso	Barreiras pessoais, interpessoais e ambientais	Memória / Observações diretas (estruturadas)	Lacuna	Mecanismo ativador (teoria risco/recompensa/ Teoria de aprendizagem social-autoeficácia)	Resultados
Uso da informação	Ambiente (trabalho, sociocultural, político-económico e físico)	Contacto direto (interpessoal) / Registada (literatura)	Resultados	Comportamento de procura de informação	‘Artefactos’ mediadores (físico/abstrato – normas/divisão do trabalho)
Satisfação ou não satisfação		Arquivos pessoais		Atenção passiva / Pesquisa passiva / Pesquisa ativa / Pesquisa contínua	Feedback
Troca de informação				Processamento de informação e uso	Comunidade
Outras pessoas					Ambiente externo / Condições histórico-culturais

Tabela 4 Etapas dos modelos de C.Info de Dervin (1983), Krikelas (1983) e Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006).

Fonte: elaboração própria.

Por conseguinte, para realizar a análise de conteúdo procedeu-se ao agrupamento das unidades de registo, isto é, aos conceitos usados nos dez modelos das Estudantes divididos por categorias. Graças à leitura flutuante dos trabalhos reflexivos realizados pelas Estudantes foi possível clarificar os significados atribuídos por cada uma aos conceitos utilizados, reconhecendo-se as relações semânticas entre as várias etapas de cada modelo, embora sintaticamente os nomes sejam divergentes. Todavia, as divergências sintáticas não interferem com as relações semânticas verificadas entre os conceitos utilizados pelas Estudantes e respetivos significados.

Assim, para efeito comparativo, foi realizada uma categorização, confrontando-se as unidades de registo dos modelos desenvolvidos pelas Estudantes com as etapas dos modelos de Dervin (1983), Krikelas (1983) e Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006) que serão as unidades de análise neste estudo. Dada a complexidade de cada modelo e a diversidade de unidades de registo/conceitos utilizados, é apresentada, em primeiro lugar, uma tabela-súmula com as unidades de análise, isto é, a proposta de categorias a serem utilizadas como referência para a análise comparativa dos modelos.

Unidades de registo/Conceitos definidos pelas Estudantes	Unidades de análise/Proposta de categorias definidas nos modelos de Dervin (1983), Krikelas (1983) e Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006)
Tempo/ Duração/ Tipo de ação/ Período/ Hora	Tempo (Dervin, 1983)
Ação/ Prática informacional/ Atividade informacional/ Rotina/ Quotidiano	Situação (Dervin, 1983)
Contexto/ Ambiente/ Espaço/ Local/ Lugar/ Dimensões	Ambiente (Krikelas, 1983; Wilson, 1981b, 1997, 2006) / Contexto (Dervin, 1983; Wilson, 1997, 2006)
Meio/ Dispositivo/ Suporte/ Analógico-digital/ Tecnológico-tradicional/ Instrumento	‘Artefactos’ mediadores (Wilson, 2006)
Eu/ Indivíduo/ Ator	Sujeito (Wilson, 2006)
Transmissão ativa-passiva/ Investimento (ativo-passivo)/ Papel (produtor-consumidor)/ Passiva-ativa/ Modo ativo-passivo	Comportamento de procura de informação: •pesquisa ativa •pesquisa passiva (Wilson, 1997)
Com interação-sem interação/ Social (sozinha-acompanhada)/ Status (sozinha-acompanhada)/ Interação pessoal/ Interação social/ Sozinha-acompanhada	Fonte preferida: •interna •externa (Krikelas, 1983)
Necessidade/ Propósito	Necessidade (Wilson, 1981a; Krikelas, 1983)
Obstáculos	Barreiras pessoais, interpessoais e ambientais (Wilson, 1981b)
Troca de informação	Troca de informação (Wilson, 1981a)
Satisfação ou insatisfação/ Satisfação	Satisfação ou não-satisfação (Wilson, 1981a)
Curadoria	Resultados (Dervin, 1983)

Plataformas digitais	Procura em Sistemas de Informação / Procura noutras fontes de informação (Wilson, 1981a)
----------------------	--

Tabela 5 Unidades de registo *versus* Unidades de análise.
Fonte: elaboração própria.

De seguida, serão apresentados e analisados os resultados das treze categorias propostas na tabela-súmula, com a exposição de tabelas mais detalhadas com os conceitos utilizados pelas Estudantes, a identificação de quem os utilizou dividida pelas gerações e a proposta de categoria. Com o intuito de realizar uma análise comparativa entre os resultados das gerações e refletir sobre a escolha da proposta de categoria a partir das etapas dos modelos de Dervin (1983), Krikelas (1983) e Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006).

5.1 Tempo

Conceitos utilizados para temporizar/quantificar a situação informacional ocorrida.

Conceitos	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Tempo	4, 3, 6, 10	-	Tempo (Dervin, 1983)
Duração	-	1	
Tipo de ação	-	2	
Período	7	5	
Hora	-	8, 9	

Tabela 6 Categoria: tempo por Dervin (1983).
Fonte: elaboração própria.

Apesar de esta categoria “has been largely neglected in studies and theories of information behaviour” (Poirier & Robinson, 2014), ela aparece representada em todos os modelos de C.Info. Uma parte das Estudantes utilizou-a para quantificar o tempo gasto com suportes digitais e não digitais (ex.: telemóvel, computador, livro, caderno de apontamento, etc.) e outras para quantificar o tempo em que foram produtoras ou consumidoras de informação (ex.: escrever no caderno, publicar ou comentar nas redes sociais, ouvir música, ler informação num *website*, etc.).

Graficamente, esta categoria aparece retratada ora pela diferença de tamanhos entre as circunferências/retângulos/linhas, ora pela diversidade nos tamanhos da letra, os quais refletem a diferença entre as situações que ocorreram com mais frequência ou

durante mais tempo (circunferências/retângulos/linhas/letras maiores) das que ocorreram num curto espaço de tempo (circunferências/retângulos/linhas/letras menores).

Comparando a escolha de conceitos entre as gerações denota-se uma harmonização entre as Estudantes da geração Y pela escolha do conceito “Tempo”, enquanto as Estudantes da geração Google apresentaram quatro conceitos diferentes para o mesmo propósito, sendo que nenhuma utilizou o conceito “Tempo”.

Da geração Y destacam-se as Estudantes 3 e 6, as quais foram mais exaustivas nos seus modelos, colocando a percentagem do tempo gasto nas situações informacionais vivenciadas nos três dias de recolha.

A Estudante 7 (geração Y) e a Estudante 5 (geração Google) utilizaram o mesmo conceito “Período”, balizado pelos períodos manhã, tarde e noite. Este conceito é mais amplo e, por consequência, mais generalista, pois dentro de um mesmo período podem ocorrer inúmeras situações informacionais, perdendo-se a noção da duração de cada atividade realizada.

Dos conceitos usados pela geração Google destaca-se o conceito “Hora” (Estudantes 8 e 9), o qual marca apenas o início da situação informacional, sem dar, no entanto, uma perceção exata da sua duração. Já a Estudante 2, por seu turno, nomeou esta etapa de “Tipo de ação”, distinguindo entre ações “contínuas”, “intermitentes” e “de uma vez”. Com estes conceitos, a Estudante colocou em evidência o facto de o ser humano realizar atividades informacionais que se prolongam ao longo do dia (“contínuas”) enquanto outras vão surgindo e vão sendo realizadas em paralelo (“intermitentes” e “de uma vez”).

A proposta de categoria é “Tempo”, conceito utilizado por Dervin (1983) na base do seu modelo, o qual permite contextualizar a situação informacional temporalmente. É no tempo e, conseqüentemente, no espaço que a necessidade informacional ocorre, daí a sua importância na contextualização do C.Info.

5.2 Situação informacional

Estes conceitos descrevem a situação informacional propriamente dita. Por outras palavras, situação informacional diz respeito ao contexto, limitado no tempo e no espaço, no qual o C.Info teve ação.
--

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Ação	-	1	Situação (Dervin, 1983)
Prática informacional	-	2	
Atividade informacional	3, 6, 7, 10	8	
Rotina	4	-	
Quotidiano	-	9	

Tabela 7 Categoria: situação por Dervin (1983).
Fonte: elaboração própria.

Tal como no conceito “Tempo” e em relação aos conceitos utilizados, a geração Y recorreu maioritariamente as mesmas categorias. Quatro das cinco Estudantes utilizaram o conceito “Atividade informacional”, enquanto as Estudantes da geração Google utilizaram todas conceitos diferentes e a Estudante 5 não aplicou este conceito no seu modelo.

O facto das Estudantes da geração Google atribuírem conceitos diferentes para descrever a mesma situação demonstra que esta é encarada de forma diferente por cada uma delas: a Estudante 1 apontou o conceito “Ação”, remetendo para o ato de agir. Por exemplo, uma necessidade informacional surgiu e a Estudante entrou em ação para a satisfazer, envolvendo-se num comportamento de procura de informação; a Estudante 2 escolheu “Prática informacional”; e a Estudante 8, tal como a geração Y, escolheu “Atividade informacional”. Estas unidades de registo têm significados semelhantes, remetendo para a execução e colocação em prática de algo que encontraram ou que já usaram; os termos “Rotina”, utilizado pela Estudante 4 (geração Y), e “Quotidiano”, pela Estudante 9 (geração Google), estão intrinsecamente ligados aos hábitos informacionais. Ou seja, as atividades recolhidas estavam já enraizadas no seu comportamento devido ao número elevado de repetições. Daí que atividades como verificar as horas não fossem tidas em conta por algumas das Estudantes visto ser algo rotineiro, isto é, que fazem de forma automática e várias vezes ao longo do dia.

Na tabela abaixo são apresentadas as três atividades que foram reportadas pelas Estudantes como as que tiveram uma maior duração ou que foram executadas mais vezes. Esta informação foi possível obter graças à representação das situações informacionais em circunferências/retângulos/linhas/letras maiores.

Situação informacional	Geração Y	Geração Google
Ouvir música/podcasts	6, 10	2, 5, 9
Comunicação pelas redes sociais	4	1, 2, 5, 9
Comunicação cara-a-cara	4, 6	1, 8
Comunicação via telefone	3	-
Pesquisar em aplicações de conveniência (ex. Google maps, Uber, etc.)	7	5
Tirar fotografias	7	-
Pesquisar em <i>websites</i>	4, 6, 7, 10	1, 8, 9
Verificar horas	3	8
Produção de documentos	3	-
Leitura de e-book	10	-
Jogar jogos digitais	-	2

Tabela 8 Top 3 das situações informacionais de cada Estudante.

Fonte: elaboração própria.

As três atividades informacionais mais realizadas pela geração Y foram: pesquisar em *websites* (4 Estudantes); comunicação cara-a-cara (2 Estudantes) e; ouvir música/podcasts (2 Estudantes). Já as da geração Google foram: comunicação pelas redes sociais (4 Estudantes); ouvir música-podcasts (3 Estudantes) e; pesquisar em *websites* (3 Estudantes). As gerações partilham duas atividades: pesquisar em *websites* e ouvir música/podcasts, divergindo na terceira. Enquanto a geração Y prefere a comunicação cara-a-cara, onde existe uma interação social física, a geração Google dá preferência à comunicação pelas redes sociais, uma comunicação virtual que depende de um artefacto mediador para acontecer.

Por outro lado, a geração Y apresenta maior diversidade nas suas atividades informacionais quando comparadas com a geração Google, como por exemplo, comunicação via telefone, tirar fotografias, produzir documentos e ler e-books. A geração Google, apresenta apenas uma atividade que não foi mencionada no top 3 das situações, a saber, jogar jogos digitais.

As atividades são quase todas mediadas por artefactos digitais, deixando antever a importância que estes têm na vida das Estudantes de ambas as gerações.

A proposta de categoria é “Situação”, um conceito utilizado por Dervin (1983), o qual identifica o contexto temporal e espacial no qual a atividade informacional ocorre. Apesar de nenhuma Estudante escolher este conceito, após a análise das suas reflexões, concluiu-se ser o mais adequado para representar as várias situações temporais e espaciais

em que o comportamento de procura de informação foi desencadeado após a percepção da necessidade ou pela rotina do quotidiano.

5.3 Ambiente e contexto

Conceitos semelhantes, mas divergentes em alguns aspetos. O contexto, conceito mais limitado, remete para as circunstâncias que ocorrem num determinado espaço e tempo e que envolvem pessoas, enquanto o ambiente, conceito mais amplo, remete para o meio físico, social, cultural, económico, etc. no qual a pessoa vive. Espaço, local, lugar e dimensões - conceitos mais específicos de localização - inserem-se dentro de um contexto e de um ambiente.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Contexto	10	1, 2, 5	Ambiente
Ambiente	-	8	(Krikelas, 1983; Wilson, 1981b, 1997, 2006)
Espaço	6	-	/
Local	4	-	
Lugar	7	-	Contexto
Dimensões	3	-	(Dervin, 1983a; Wilson, 1997b, 2006)

Tabela 9 Categorias: ambiente (Krikelas, 1983; Wilson, 1981b, 1997b, 2006) e contexto (Dervin, 1983a; Wilson, 1997b, 2006).

Fonte: elaboração própria.

Desta vez, as Estudantes da geração Google estiveram mais em harmonia: três utilizaram o conceito “Contexto”, uma utilizou o conceito “Ambiente” e a Estudante 9 não utilizou esta variável no seu modelo.

Por seu turno, cada uma das Estudantes da geração Y atribuiu conceitos diferentes, apesar de serem sinónimos: a Estudante 10, tal como as Estudantes da geração Google, utilizou o conceito “Contexto”; a Estudante 3 atribuiu o conceito “Dimensões”, o qual engloba tanto o contexto como o ambiente. Por outras palavras, esta Estudante enquadra o seu modelo numa dimensão funcional, dentro da qual estão as dimensões trabalho, formação e lazer, onde ocorrem as situações informacionais, e; as restantes Estudantes definiram “Espaço”, “Local” e “Lugar” como o contexto no qual a situação informacional ocorre.

Os contextos físicos onde a maioria das situações informacionais ocorrem são, de acordo com as Estudantes de ambas as gerações, em casa, na rua, na empresa e na faculdade; os contextos sociais envolvem, geralmente, amigos, familiares, colegas de casa e colegas de mestrado; o contexto académico envolve as aulas, a interação entre alunos e

professores, a leitura de artigos científicos, a elaboração de trabalhos de grupo, etc. As Estudantes apontam ainda outros contextos como o contexto laboral, o contexto tecnológico, entre outros.

Aqui são propostas duas categorias devido às suas peculiaridades: “ambiente” e “contexto”. O conceito “ambiente” aparece no modelo de Krikelas (1983) na mesma etapa que a criação de necessidade e o evento. Ou seja, a necessidade surge a partir de um evento que se vivenciou/vivencia e do ambiente no qual o sujeito se insere; nos modelos de Wilson aparecem em 1981b, como ambiente organizacional, ambiente sociocultural, ambiente político-económico e ambiente físico, em 1997 como uma variável de intervenção no contexto da necessidade de informação (igual ao modelo de Krikelas) e, em 2006, como ambiente externo, no qual engloba todos os ambientes apresentados no modelo de 1981b. O conceito “contexto”, por sua vez, surge nos modelos de Wilson, primeiro em 1997 apontando para a pessoa em contexto e o contexto da necessidade de informação e depois em 2006, no qual apresenta a comunidade e as condições histórico-culturais como contexto das ações informacionais.

5.4 Artefactos mediadores

Dispositivo utilizado para obter determinado fim, ou seja, artefacto mediador entre a necessidade informacional e a procura de informação.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Meio	-	5	Artefactos mediadores (Wilson, 2006)
Dispositivo	4	2	
Suporte	7, 10	1, 9	
Analógico-digital	3	-	
Tecnológico-tradicional	-	8	
Instrumento	6	-	

Tabela 10 Categoria: artefactos mediadores (Wilson, 2006).
Fonte: elaboração própria.

Nesta categoria, apesar de todas as Estudantes a terem utilizado nos seus modelos, não houve consenso nos conceitos utilizados. Destacam-se, no entanto, os conceitos “Suporte”, utilizado por duas Estudantes de cada geração, que remete, por exemplo, para o suporte digital e suporte em papel, e; “Dispositivo” utilizado por uma Estudante de cada

geração, apontando para um objeto que se utiliza em determinada situação para obter determinado fim.

Os termos “Analógico-digital”, utilizado pela Estudante 3 da geração Y, e “Tecnológico-tradicional”, utilizado pela Estudante 8 da geração Google, são idênticos nas suas definições, sendo que os conceitos “analógicos” e “tradicionais” são ambíguos no seu significado. Estes conceitos servem, de acordo com as definições das Estudantes, para falar dos objetos que não são digitais.

O conceito “Meio”, utilizado pela Estudante 5 (geração Google), remete para aquilo que está entre uma coisa e outra, ou seja, objeto que facilita ou faz a mediação entre a necessidade e a ação e; o conceito “Instrumento”, utilizado pela Estudante 6 (geração Y), diz respeito ao objeto que é usado nesse meio.

Na tabela 11 são descritos os artefactos mediadores utilizados pelas Estudantes, quer os que surgem explicitamente nos seus modelos (cor preta no número das Estudantes), quer os que aparecem implicitamente nos modelos, sendo corroborados nas reflexões dos seus trabalhos (cor azul no número das Estudantes):

‘Artefacto’ mediador	Geração Y	Geração Google
Caderno	-	9
Câmara fotográfica	6	-
Computador portátil	4, 6, 7, 3, 10	1, 2, 5, 9, 8
Kindle	10	-
Livro	4, 7, 3	1, 8, 9
MP3	10	-
Rádio	-	2
Relógio	6	-
Tablet	6	-
Telefone	3	-
Telemóvel	4, 6, 7, 3, 10	1, 2, 5, 9, 8
Televisão	4, 7, 3, 10	1, 2, 9

Tabela 11 Artefactos mediadores nomeados pelas Estudantes.

Fonte: elaboração própria.

Os dispositivos mais utilizados por ambas as gerações são o computador portátil e o telemóvel, pelo qual se entende *smartphone*. Apesar de todas as Estudantes terem referido estes dispositivos, apenas duas Estudantes da geração Y contra quatro Estudantes da geração Google os retrataram nos seus modelos, sendo que as restantes apenas os referiram nas suas reflexões.

Destacam-se ainda a televisão, referida por quatro Estudantes da geração Y e três da geração Google, e o Livro em suporte de papel (três estudantes de cada geração). Os restantes artefactos, apresentados maioritariamente pela geração Y, com exceção do Rádio (Estudante 2) e do Caderno (Estudante 9), foram a câmara fotográfica, o tablet, o telefone, o relógio, o Kindle e o MP3.

A proposta de categoria é “Artefactos mediadores”, nomeadamente, os artefactos físicos do modelo de Wilson (2006), visto que estes dispositivos utilizados pelas Estudantes não são mais do que objetos construídos e utilizados para determinado fim, destacando-se os dispositivos digitais.

5.5 Sujeito

Sujeito ativo que após o reconhecimento da necessidade de informação se envolve num comportamento de procura de informação para satisfazer a sua necessidade.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Eu	-	1, 2	Sujeito (Wilson, 2006)
Indivíduo	-	9	
Ator	10	-	

Tabela 12 Categoria: sujeito (Wilson, 2006).
Fonte: elaboração própria.

Apenas quatro estudantes (três pertencentes à geração Google e uma à geração Y) colocaram nos seus modelos a referência ao sujeito da ação: a Estudante 1 colocou “Eu”, pronome pessoal, que exprime a sua pessoa, enquanto a Estudante 2 colocou o seu próprio nome; a Estudante 9 optou por um conceito mais amplo e abstrato de “Indivíduo” que remete para qualquer ser humano que se envolve num comportamento de procura de informação e; a Estudante 10 (geração Y) optou pelo conceito de “Ator”, ou seja, aquele que desempenha determinado papel dentro de uma situação informacional, nomeadamente, produção, recolha e armazenamento da informação gerada e encontrada, a qual transformará em conhecimento.

Nos restantes modelos, o papel do sujeito está apenas implícito, tendo sido dada relevância a outras variáveis do C.Info, ficando o papel do sujeito nas entrelinhas das situações informacionais.

A proposta de categoria é “Sujeito” apresentada no modelo de Wilson (2006) como uma entidade que tem a capacidade de conhecer, por oposição do objeto, do qual se serve para gerar conhecimento. É, portanto, o sujeito da situação informacional.

5.6 Comportamento de procura de informação: pesquisa ativa/pesquisa passiva

Estes conceitos dizem respeito diretamente ao processo de procura de informação e ao modo como o sujeito pesquisa, interage e comunica a informação.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Transmissão ativa-passiva	-	1	Comportamento de procura de informação: <ul style="list-style-type: none"> • pesquisa ativa • pesquisa passiva (Wilson, 1997)
Investimento (ativo-passivo)	4	-	
Papel (produtor-consumidor)	3	-	
Passiva-ativa	7	-	
Modo ativo-passivo	10	-	

Tabela 13 Categoria: comportamento de procura de informação – pesquisa ativa e pesquisa passiva (Wilson, 1997).
Fonte: elaboração própria.

De acordo com Wilson (1997) e como já explicado no subcapítulo 2.1.3, existem quatro modos que definem o processo de procura de informação: atenção passiva, ou seja, aquisição não intencional de informação; pesquisa ativa acontece quando o sujeito procura ativamente por informação e pesquisa passiva quando a informação recolhida não satisfaz a necessidade e; a pesquisa contínua acontece quando o sujeito atualiza incessantemente o seu conhecimento.

Esta categoria aparece refletida pelas Estudantes nos seus trabalhos, não estando na maioria das vezes retratada nos seus modelos. Por exemplo, o modo de atenção passiva surge nas reflexões da Estudante 1 e da Estudante 10, todavia foi desconsiderado nas suas análises e modelos. O modo de pesquisa contínua não foi referenciado nos trabalhos das Estudantes. Os modos retratados em cinco dos modelos (quatro da geração Y e um da geração Google) foram os modos de pesquisa ativa e de pesquisa passiva.

Cada Estudante atribuiu um conceito diferente a estas categorias como forma de retratar o modo como pesquisaram, interagiram e comunicaram a informação. Assim, a Estudante 1 atribuiu o conceito de “Transmissão”, relacionado com a comunicação da

informação; a Estudante 4 atribuiu o conceito de “Investimento”, ligado à interação com a informação e ao comportamento social na situação informacional; a Estudante 3 apontou o “Papel” do sujeito na situação informacional que pode ser de produtor de informação, que após uma pesquisa ativa por informação pode gerar nova informação, ou de consumidor, ligado à pesquisa passiva na qual o consumidor apenas adquire informação, muitas vezes irrelevante para a satisfação da necessidade; a Estudante 7 utilizou os conceitos de “Ativa-passiva”, ligados à a sua interação com a informação nas situações e; a Estudante 10 foi a única a utilizar os conceitos “Modo ativo” e “Modo passivo” em relação à forma como pesquisa, interage e comunica no processo de procura de informação.

A proposta de categorias são “Comportamento de procura de informação” e os modos de “pesquisa ativa” e “pesquisa passiva”, do modelo de Wilson (1997), excluindo os modos de atenção passiva e pesquisa contínua por não terem sido considerados nos modelos das Estudantes.

5.7 Fonte preferida: interna e externa

Estes conceitos estão ligados ao contexto social da situação informacional, isto é, quem eram as pessoas que estiveram envolvidas no momento da situação e de que forma elas motivaram/influenciaram o comportamento do sujeito. Por outro lado, se o sujeito estava sozinho no momento da situação, de que forma o sujeito procurou e/ou usou a informação que tinha armazenada na sua memória.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Com interação/ sem interação	-	8	Fonte preferida: <ul style="list-style-type: none"> • interna • externa (Krikelas, 1983)
Social (sozinha/acompanhada)	6	-	
Status (sozinha/acompanhada)	4	-	
Interação social	-	9	
Acompanhada-sozinha	7	-	

Tabela 14 Categoria: fonte preferida – interna e/ou externa (Krikelas 1983).
 Fonte: elaboração própria.

Quando ocorreu a situação informacional, cinco Estudantes (três da geração Y e duas da geração Google) apontaram nos seus modelos se estavam sozinhas ou acompanhadas ou se houve algum tipo de interação social.

As Estudantes da geração Google utilizaram conceitos semelhantes: a Estudante 8 apontou se a situação informacional ocorreu “com interação ou sem interação”, enquanto a Estudante 9 colocou apenas as situações em que houve “interação social”. Já as Estudantes da geração Y utilizaram os conceitos de “sozinha *versus* acompanhada” (Estudante 7) para distinguir as situações informacionais que ocorreram quando estavam sozinhas daquelas em que estavam acompanhadas. A Estudante 6 classifica esta variável de “Social” e a Estudante 4 de “*Status*” remetendo para o contexto social e o estatuto que o indivíduo tem nesse mesmo contexto.

Estes conceitos estão intrinsecamente ligados à comunicação e interação com os outros como fontes de informação (fontes externas) ou com o próprio sujeito que procura em si a resposta para a sua necessidade (fonte interna).

Assim, a proposta de categoria é “Fonte preferida” utilizada no modelo de Krikelas (1983), sendo que o sujeito no seu processo de procura de informação pode adquirir a informação, ora através de fontes “internas”, ou seja, o próprio sujeito e a sua memória e/ou arquivos pessoais, ora através fontes “externas”, como as outras pessoas e a interação com elas.

5.8 Necessidade informacional

Reconhecimento, por parte do sujeito, que não tem o conhecimento suficiente para satisfazer a sua necessidade informacional.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Necessidade	-	1	Necessidade (Wilson, 1981a; Krikelas, 1983)
Propósito	-	8	

Tabela 15 Categoria: necessidade informacional (Wilson, 1981a; Krikelas, 1983).
Fonte: elaboração própria.

Apenas duas estudantes da geração Google mencionaram o estado de incerteza que despoletou o C.Info, atribuindo designações diferentes, mas com significados semelhantes. A Estudante 1 designou por necessidade, a qual se pode subdividir em psicológica, afetiva/emocional e cognitivas (Wilson, 1981). Já a Estudante 8 designou por

propósito, isto é, o que a levou a envolver-se num C.Info foi um estado mental e/ou emocional (Case, 2007) ora de dever, ora de lazer.

A categoria proposta é “Necessidade” dos modelos de Wilson (1981a) e Krikelas (1983), a qual remete para aquilo que antecede a entrada em ação por parte do sujeito informacional ativo e conseqüentemente leva ao envolvimento num comportamento de procura de informação.

5.9 Barreiras pessoais, interpessoais e ambientais

Este conceito remete para dificuldades, impedimentos e obstáculos que vão surgindo no processo da procura de informação.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Obstáculos	10	-	Barreiras pessoais, interpessoais e ambientais (Wilson, 1981b)

Tabela 16 Categoria: barreiras pessoais, interpessoais e ambientais (Wilson, 1981b).

Fonte: elaboração própria.

Mencionado apenas pela Estudante 10 da geração Y, “Obstáculo” remete para as adversidades que foram surgindo entre o momento do reconhecimento da necessidade e a situação informacional propriamente dita. Assim, estes obstáculos, geralmente com conotação negativa, inibem o comportamento de procura de informação e afetam o uso da informação.

A categoria proposta é “Barreiras pessoais, interpessoais e ambientais” do modelo de Wilson (1981b), pois estes obstáculos aparecem como barreiras nas várias fases do processo de procura de informação. A categoria “Resultados” do modelo de Dervin (1983) não foi considerada porque o obstáculo neste modelo aparece como resultado no fim do processo de procura de informação e não entre o reconhecimento da necessidade e a situação informacional como descrito pela Estudante.

5.10 Troca de informação

Este conceito pressupõe a interação com outras pessoas, a partir da qual é possível estabelecer uma comunicação e partilha entre os vários intervenientes.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Troca de informação	-	1	Troca de informação (Wilson, 1981a)

Tabela 17 Categoria: troca de informação (Wilson 1981a).
Fonte: elaboração própria.

Utilizado apenas pela Estudante 1 da geração Google, esta categoria surge como uma motivação para a Estudante que encara a “troca de informação” como um fator que despoleta o seu C.Info. Esta troca de informação acontece também ao nível da fonte externa preferida, ou seja, quando a situação informacional envolve outras pessoas.

A categoria proposta é “troca de informação” do modelo de Wilson (1981a), contudo neste modelo a troca de informação surge após o envolvimento do sujeito num comportamento de procura de informação e não como o gatilho para o fazer, como a Estudante parece sugerir.

5.11 Satisfação ou não-satisfação

Estes conceitos remetem para a saciedade da necessidade informacional, ou seja, se a expectativa gerada pelo comportamento informacional foi satisfeita ou não-satisfeita.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Satisfação ou insatisfação	-	1	Satisfação ou não-satisfação (Wilson, 1981a)
Satisfação	10	-	

Tabela 18 Categoria: satisfação ou não-satisfação (Wilson, 1981a).
Fonte: elaboração própria.

Apenas duas Estudantes (uma de cada geração) apontaram nos seus modelos a satisfação ou não satisfação das suas necessidades informacionais. Esta variável é importante pois permite compreender de que forma o seu C.Info correspondeu à expectativa criada. No caso da Estudante 10, todas as situações informacionais foram satisfatórias, enquanto a Estudante 1 colocou também a insatisfação.

A categoria proposta é “satisfação ou não-satisfação” do modelo de Wilson (1981a) que conduz à reflexão do sucesso ou fracasso do C.Info.

5.12 Resultados

Curadoria diz respeito à “triagem” a ser feita à informação que foi recolhida e usada no decorrer do C.Info, aplicando para isso o modelo do ciclo de vida da informação.

Conceito	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
Curadoria	-	8	Resultados (Dervin, 1983)

Tabela 19 Categoria: resultados (Dervin, 1983).
Fonte: elaboração própria.

A Estudante 8 foi a única a fazer referência a esta variável, refletindo sobre o ciclo de vida da informação após esta ser encontrada e usada. No seu modelo, a Estudante descreveu as seguintes etapas de curadoria: descartar, arquivar e colocar nos “favoritos”. Esta última aponta para a curadoria digital.

A categoria proposta é “Resultados” do modelo de Dervin (1983), uma vez que a curadoria aparece como uma consequência do resultado obtido do C.Info.

5.13 Procura em sistemas de informação ou procura noutras fontes de informação

Plataformas digitais são facilitadoras no relacionamento entre as pessoas (ex.: redes sociais) e na procura de informação (ex.: motores de busca).

Este conceito está implícito nos modelos das Estudantes e é explicitado através da nomeação das plataformas consultadas. A tabela seguinte apresenta as plataformas citadas pelas Estudantes, quer no seu modelo (cor preta no número das Estudantes), quer no seu trabalho reflexivo (cor azul no número das Estudantes).

Plataformas digitais	Geração Y	Geração Google	Proposta de categoria(s)
App transporte público	6, 4	2	
Booktube	-	9	
Catawiki	-	9	

CRM	10	-	Procura em Sistemas de Informação - Procura noutras fontes de informação (Wilson, 1981a)
Easyjet	4	9	
Ebay	-	9	
Email	3, 4, 6, 7, 10	2, 8, 9	
Facebook	4, 6, 3, 10	2, 5, 8, 9, 1	
Goodreads	-	2	
Google	4, 10	2, 9	
Google académico	4	-	
Google maps	4, 7	2, 5	
Google tradutor	4	-	
Instagram	4, 6	2, 8, 9	
LinkedIn	-	2	
Messenger	-	8, 5, 1	
Moodle	6	2	
Mozilla Firefox	-	2	
Netflix	4, 6	5	
Pokémon Go	-	2	
Ryanair	4	-	
Skyscanner	4	-	
Skype	6, 7	-	
Spotify	-	2, 5	
TAP	-	9	
Telegram	-	9	
The Book Depository	-	9	
Todocoleccion	-	9	
Twitter	-	9	
Uber	4, 7	5	
Whatsapp	4, 6, 7, 10	2, 9	
Wook	-	2, 9	
Wordpress	6	-	
Youtube	4, 6	2, 1	

Tabela 20 Categoria: procura em sistemas de informação ou procura noutras fontes de informação (Wilson, 1981a).
Fonte: elaboração própria.

As Estudantes apresentaram mais de trinta plataformas digitais que consultaram nestes três dias de recolha, sendo a maioria apresentadas nos seus modelos. Salienta-se que das trinta e quatro plataformas recolhidas, apenas doze foram referidas por ambas as gerações, enquanto sete foram apenas mencionadas pela geração Y e as restantes quinze pela geração Google.

As plataformas mais utilizadas pelas Estudantes de ambas as gerações foram:

- Facebook – quatro Estudantes da geração Y e cinco da geração Google;
- Email – cinco Estudantes da geração Y e três da geração Google. Note-se que a Estudante 2 foi a única a nomear o *Gmail* como um exemplo de correio eletrónico;
- Whatsapp – quatro Estudantes da geração Y e duas da geração Google;
- Instagram – duas Estudantes da geração Y e três da geração Google e;

- Google, Google maps e Youtube – duas Estudantes da geração Y e duas da geração Google.

As plataformas utilizadas apenas pela geração Y foram CRM (Customer Relationship Manager), Google académico e Google tradutor, *websites* de voos (Ryanair e Skyscanner), Skype e Wordpress.

As plataformas utilizadas apenas pela geração Google foram sobre livros (Booktube, Goodreads, The Book Depository e Wook), redes sociais (LinkedIn, Messenger, Telegram, Twitter), leilões online (Catawiki, Todocoleccion), e-commerce (Ebay), motor de busca (Mozilla Firefox), jogos digitais (Pokémon Go), plataformas de música (Spotify) e de voos (TAP).

Estas plataformas são maioritariamente acedidas pelas Estudantes através dos seus dispositivos móveis, sob a forma de aplicações. Denota-se que a geração Google consome muitas plataformas digitais, nomeadamente redes sociais, mais do que a geração Y. No entanto, algumas das plataformas são coincidentes na temática, como as plataformas de voos ou motores de busca.

A proposta de categorias são “Procura em Sistemas de Informação” e “Procura noutras fontes de informação” do modelo de Wilson (1981a), apontando especificamente para o tipo de fonte consultada. Apesar de serem residuais os Sistemas de informação mencionados, estes foram tidos em consideração por algumas Estudantes.

Em suma, a interligação entre os conceitos apresentados pelas Estudantes nos seus modelos e as categorias utilizadas nos modelos de Dervin (1983), Krikelas (1983) e Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006) permitiu a uniformização dos conceitos por categorias temáticas para que uma melhor análise comparativa pudesse ser realizada.

Das treze categorias mencionadas, aquelas que foram utilizadas pela maioria das Estudantes foram: tempo, situação informacional, ambiente e contexto, artefactos mediadores e procura em sistemas de informação ou procura noutras fontes de informação. O sujeito e a necessidade informacional na visão das Estudantes são etapas que estão subentendidas nos modelos, preferindo apresentar outras variáveis do seu C.Info. Ressalva-se que três Estudantes da geração Google retrataram o sujeito nos seus modelos e duas apresentaram as necessidades que despoletaram o seu C.Info.

Verifica-se, no entanto, que a totalidade das Estudantes da geração Google apenas utilizou duas categorias em conjunto: tempo e artefactos mediadores; já a geração Y utilizou quatro categorias: tempo, situação informacional, ambiente e contexto e artefactos mediadores. Ou seja, as Estudantes da geração Y foram mais harmoniosas na escolha das categorias a representar nos seus modelos, enquanto as Estudantes da geração Google apresentaram conceitos díspares, apesar de atribuírem os mesmos significados.

Quanto às restantes categorias, a geração Google apresentou três categorias que não foram mencionadas pela geração Y, a saber Necessidade, Resultados e Troca de informação e a geração Y apresentou a categoria Barreiras. O facto das Estudantes da geração Y não apresentarem nos seus modelos as Necessidades, não significa que não tenham refletido sobre elas nos seus trabalhos. No entanto, seria expetável que, dada a importância desta variável, aparecesse em todos os modelos de C.Info.

Por fim, apesar de pertencerem a gerações diferentes, as Estudantes partilham os mesmos conhecimentos, competências e habilidades no que ao desenvolvimento de categorias e modelos diz respeito. De seguida será apresentado um modelo de C.Info global, elaborado a partir da análise realizada.

5.14 Modelo global dos comportamentos informacionais da geração Google

A partir das etapas dos modelos de Dervin (1983), Krikelas (1983) e Wilson (1981a, 1981b, 1997, 2006) e baseado no grafismo do modelo de Wilson (2006), apresenta-se, de seguida, um modelo global dos C.Info da geração Google com todas as categorias propostas por este *cohort*. Enfatiza-se que a variável Barreiras não foi considerada por ter sido apenas mencionada por uma Estudante da geração Y.

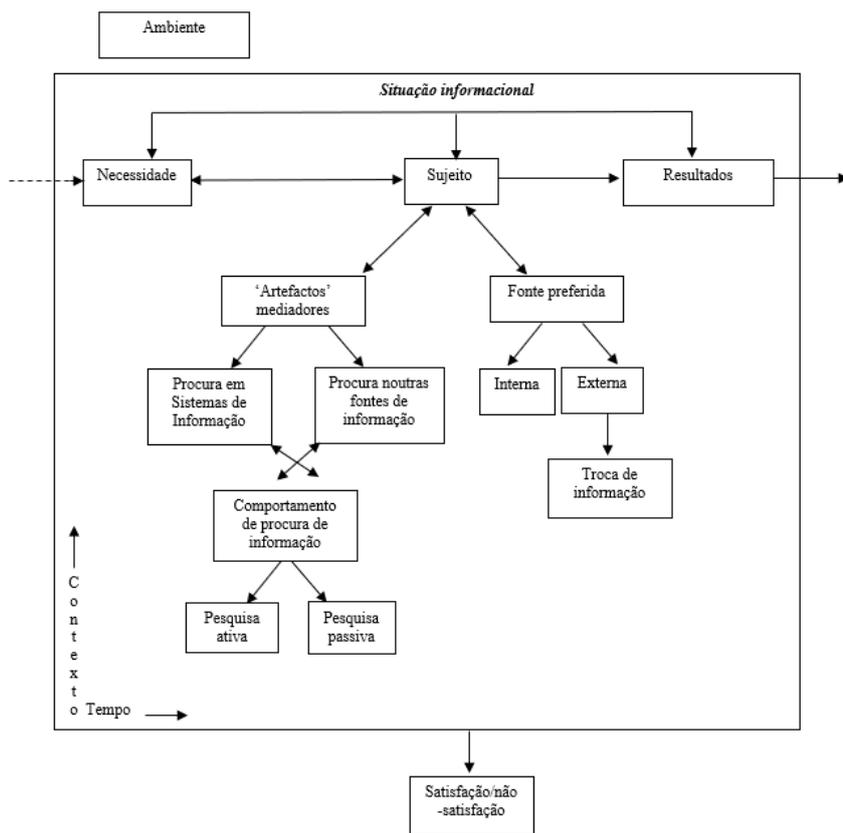


Figura 13 Modelo global dos comportamentos informacionais da geração Google.
Fonte: elaboração própria.

A necessidade informacional pode surgir ora a partir do ambiente externo, que pode ser organizacional, sociocultural, político-económico e físico (Wilson 1981b), ora a partir do sujeito, o qual reconhecendo que tem uma lacuna no seu conhecimento experiencia uma situação informacional.

Esta situação informacional ocorre num contexto e num tempo específicos e implica que o sujeito ativo utilize, por um lado, artefactos mediadores como facilitadores na pesquisa quer em sistemas de informação, quer noutras fontes de informação. Este processo leva o sujeito a envolver-se num comportamento de procura de informação realizando pesquisas nestas fontes. As pesquisas podem ser ativas, ou seja, a informação encontrada é pertinente ou passivas quando a informação se mostra irrelevante para a satisfação da necessidade. Por outro lado, o sujeito pode recorrer às suas fontes preferidas, como as fontes internas, isto é, o próprio sujeito e as suas faculdades cognitivas, e fontes externas que são as pessoas do seu círculo de influência (familiares, amigos, colegas, etc.), com os quais troca e partilha informação.

O processo de procura de informação culmina na satisfação ou não satisfação da necessidade que a despoletou, encontrando-se esta variável fora da situação informacional, uma vez que ela faz parte do resultado global do C.Info. Outro resultado é a realização da curadoria da informação que foi encontrada neste processo, que afeta não só o comportamento, mas também o ambiente em que as Estudantes se inserem.

Em suma, as etapas apresentadas pelas Estudantes e refletidas no modelo C.Info aqui exposto centram-se, sobretudo, na situação informacional e, conseqüentemente, nas variáveis a ela associada: contexto e ambiente em que ocorre, os artefactos mediadores e as fontes preferidas utilizadas na pesquisa, assim como a pesquisa em sistemas de informação ou outras fontes de informação. Negligenciaram, no entanto, o comportamento de uso de informação, isto é, as Estudantes não refletiram como integraram a informação encontrada no seu conhecimento prévio.

No capítulo seguinte será discutido os resultados com o objetivo de corroborar ou refutar as hipóteses 1 e 2 formuladas no subcapítulo 3.2.

6. Discussão dos resultados

A análise comparativa dos conceitos utilizados nos modelos permitiu identificar as semelhanças e diferenças conceituais da visão das várias Estudantes em relação às variáveis que integram o seu C.Info. Ademais, foi possível depreender várias características das Estudantes pertencentes às duas gerações que se prevêem diferentes (Gunter et al., 2009), nomeadamente, ao nível das suas competências e habilidades ligadas à procura de informação e à satisfação das necessidades informacionais.

Todavia, constatou-se que nenhuma das gerações utilizou explicitamente o comportamento de uso de informação nos seus modelos. As Estudantes tiveram apenas em conta o início do processo informacional, isto é, a necessidade que desencadeia o comportamento de procura de informação através de pesquisas ativas ou passivas em sistemas de informação ou noutras fontes. Portanto, a sua reflexão não recaiu sobre o modo como usaram a informação encontrada, nem mesmo as Estudantes que mencionaram a variável satisfação/não-satisfação no seu modelo de C.Info refletiram sobre este comportamento. A Estudante 8, por seu turno, foi a única a refletir sobre o destino dado à informação que encontra e que utiliza, apresentando a variável Resultados onde se inclui a curadoria da informação e curadoria digital.

De seguida serão discutidos os resultados obtidos da análise de conteúdos e análise comparativa, triangulando com as reflexões tecidas pelas Estudantes, as teorias já apresentadas no capítulo 2.3, as características e competências da geração Google explanadas no capítulo 2.4 e, por fim, o estudo sobre as tendências de consumo de produtos alimentares pela geração Millennial desenvolvido pelo projeto “AGROCAPACITA – Capacitação do setor agroalimentar no horizonte 2020 apoiado pelo Programa Operacional ALENTEJO 2020” (2017). Este estudo considera que a geração Millennial é constituída pelas pessoas que nasceram entre o início dos anos 80 e o início do século XXI, ou seja, no advento da internet e dos avanços tecnológicos, como o surgimento dos telemóveis. Esta divisão geracional choca com a proposta defendida nesta dissertação, pois a barreira temporal estabelecida engloba as duas gerações propostas nesta investigação (geração Y nascida entre 1978 e 1993 e a geração Google nascida depois de 1993). Portanto, estes dados serão apenas utilizados quando for feita a comparação de toda a amostra com os dados expostos neste relatório.

6.1 Fatores influenciadores do comportamento informacional

Os modelos retratam o C.Info das Estudantes durante três dias do seu cotidiano. Todas as Estudantes optaram por retratar pelo menos um dia do fim de semana como forma de contrastar com a rotina da semana e, ao mesmo tempo, analisar as convergências e divergências dos seus comportamentos em contextos temporais e espaciais diferentes.

No entanto, foi constatado pelas Estudantes que o seu comportamento é bastante repetitivo e é despoletado, na sua maioria, pela necessidade de entretenimento/lazer, estando, por isso, dependentes da internet e de dispositivos móveis, como telemóvel e computador portátil. Por outro lado, também é referida a necessidade de dever (Estudantes 3, 8 e 9) ligada, principalmente, ao contexto laboral, no qual pesquisar por informação é a sua tarefa diária.

Os seus hábitos de consumo e produção de informação estão intrinsecamente conectados ao ambiente em que se inserem, uma sociedade de consumo, ao contexto social, nomeadamente, ao *peer group*, e, conseqüente, aos fatores pessoais e interpessoais. O tempo é também um fator de influência de C.Info, na medida em que, o acesso e o uso da informação aumentou exponencialmente devido ao próprio aceleração do ritmo da vida e ao consumo constante de informação (Poirier & Robinson, 2014).

Apesar de pertencerem a gerações diferentes, os seus C.Info são bastante semelhantes, ao contrário do que seria expetável. Gunter *et al.* (2009), identificaram no seu estudo que estas duas gerações são diferentes nas aptidões, atitudes, expetativas e nas literacias de informação e comunicação, contudo, na análise tecida no capítulo anterior estas diferenças não foram verificadas.

Isto deve-se, de acordo com as teorias desenvolvidas por Chatman (2000) e apresentadas no subcapítulo 2.3, ao facto de as Estudantes pertencem a um “small world” e a um tipo social específico: são estudantes e vivem num mundo onde os comportamentos ocorrem com alguma previsibilidade e normatividade. Por outras palavras, o ambiente sociocultural é comum e os contextos físicos em que as situações informacionais ocorrem são em tudo idênticos. Por exemplo, os locais mencionados pelas Estudantes onde as situações informacionais ocorreram com mais frequência são a faculdade, a casa, o local de trabalho e a rua. Já no contexto social, são os amigos, colegas de faculdade, colegas de casa e familiares que exercem influência sobre os seus

comportamentos. Pois dependendo do contexto social, físico e temporal, os comportamentos são moldados de forma a se encaixarem neles, podendo levar ao envolvimento num comportamento de procura de informação ou a encontrar respostas num par, se essa situação envolver mais pessoas.

Não obstante, a Teoria do Comportamento Normativo de Chatman (2000) vem demonstrar que o comportamento de procura de informação é normativo, o qual segue normas sociais, e depende do contexto, como ilustrado anteriormente. Ademais, o contexto académico, descrito nos modelos das Estudantes, aparece normalizado através de comportamentos de pesquisas académicas, de frequência das aulas, de apontamentos retirados durante as aulas e de leitura de artigos científicos que ocorreram durante a rotina semanal. Este contexto gera uma necessidade específica relacionada com a sua função que é de ensino e aprendizagem. Assim, a necessidade de procura de informação sobre determinado tema e a leitura de determinados artigos permitem que as Estudantes tenham um melhor desempenho na sua missão enquanto estudantes de ensino superior. Ou seja, uma pesquisa bem sucedida e a utilização da informação aprendida faz com que a Estudante se sinta gratificada e que a sua expectativa em relação àquele contexto seja satisfeita, ligando-se isto à teoria dos Usos e Gratificações de Katz *et al.* (1974). Já no fim-de-semana, este comportamento não se verifica de forma tão acentuada, sendo ele específico daquele contexto, que ocorre em determinado espaço e tempo.

Outro exemplo é o ambiente social onde se inclui, por um lado, o contexto físico que é experienciado pelas Estudantes que partilham casa. Neste contexto existe uma constante interação e troca de informação com as colegas, tornando-se estas as fontes preferidas de informação. Por outro lado, o contexto físico da rua que consoante a localização da Estudante fará com que utilize determinadas aplicações, como por exemplo, o *Google maps* para a guiar, ou a *Uber* para a levar a casa, ou o *Spotify* para fazer companhia na sua caminhada.

Como salientado pela Estudante 4, as necessidades informacionais podem ser divididas em necessidades fortes e necessidades fracas. São as necessidades fortes que fazem com que a Estudante se envolva num comportamento de procura de informação, pois a pesquisa e o uso da informação encontrada para a satisfação destas necessidades resultam em gratificações maiores. Daí as necessidades despoletadas pelo contexto

académico serem vistas como de maior gratificação pelas Estudantes porque querem ter sucesso no seu mestrado.

As necessidades fracas são aquelas que ficam apenas no campo cognitivo e não entram no campo da ação do comportamento de procura de informação porque, em primeiro lugar, não existe motivação e, em segundo lugar, não precisam de ser imediatamente satisfeitas. Este tipo de necessidade não foi contemplado nos modelos das Estudantes. Assim, como não foram reportadas as informações adquiridas inconscientemente, ou seja, baseadas na atenção passiva. Este modo não foi considerado pelas Estudantes, pois, para elas não fazia sentido estar a reportar todas as vezes em que eram “bombardeadas” com informação sem a intenção de o ser.

Também a pesquisa contínua, isto é, o enriquecimento contínuo do conhecimento já adquirido, não foi considerada nos modelos. Esperava-se que, pertencendo ao “small world” académico, este modo tivesse sido considerado, uma vez que, um dos propósitos deste contexto é, além de ensinar, dar as ferramentas necessárias para que os estudantes possam aprofundar os seus conhecimentos. Todavia, algumas Estudantes mencionarem atividades informacionais como pesquisa aplicada nos seus modelos, refletindo que estas se realizaram a partir dos seus dispositivos móveis (ex.: telemóvel ou computador portátil) em outras fontes de informação como motores de busca (ex.: Google e Google académico). Não refletiram sobre os resultados obtidos dessa pesquisa e o que foi feito com a informação encontrada. Isto revela um comportamento em que o princípio do menor esforço de Zipf (1949) impera, pois seria esperado que as Estudantes, dotadas de literacias de informação e digital, pesquisassem ativamente em sistemas de informação formais, como por exemplo, no catálogo da biblioteca da sua faculdade ou em agregadores de conteúdos como a *b-on*.

Portanto, apesar do comportamento de uso de informação não estar explicitamente demonstrado nos modelos das Estudantes como já explanado acima, as hipóteses 1 e 2 são corroboradas pelos factos expostos. Isto é, a necessidade, a procura e o uso da informação determinam o C.Info das Estudantes, além dos fatores pessoais, interpessoais, contextuais e ambientais possuírem também grandes influências no seu C.Info.

6.2 Procura em sistemas de informação ou noutras fontes de informação através de artefactos mediadores

A Teoria dos Usos e Gratificações (Katz *et al.*, 1974) permite analisar a escolha dos meios de comunicação pelas gerações e se estes corresponderam às expectativas criadas sobre o seu uso. Por outras palavras, permite analisar a relação entre o consumo de informação, o seu uso e os resultados na satisfação das necessidades das Estudantes.

Os meios de comunicação mais utilizados são os meios de comunicação hipermédia, isto é, meios digitais como a Internet, que além do audiovisual permitem interação com o utilizador, o qual escolhe o que pretende ver em primeiro lugar, não existindo uma linearidade no conteúdo exposto, tal como acontece num livro em suporte de papel. Exemplo disso são os *websites* de redes sociais, os quais permitem uma interação constante entre as pessoas, quer seja por publicações no *feed*, quer seja por videochamadas em tempo real.

Nascida na era da Internet e de acordo com Gunter *et al.* (2009), a geração Google apresenta-se com mais competências digitais, designadamente com as TIC, quando comparada com as gerações ulteriores. Observando os dados da análise comparativa, primeiramente para os artefactos mediadores, este *cohort* foi, de facto, aquele que mais mencionou explicitamente nos seus modelos a utilização de dispositivos móveis como meios utilizados para procurar informação, contrastando com a geração Y visto que apenas duas Estudantes colocaram a referência aos dispositivos no seu modelo. A necessidade de estarem sempre conectadas com o mundo virtual, como já mencionado no estudo desenvolvido na UCL (2008), faz com que estes dispositivos móveis sejam mais atrativos e mais usados por este *cohort*. As motivações para o entretenimento são facilmente satisfeitas pelo princípio do menor esforço (Zipf, 1949) através da abertura de uma simples aplicação, que rapidamente coloca as Estudantes em interação e comunicação com o mundo virtual.

O telemóvel é o dispositivo mais mencionado pelas Estudantes nas suas reflexões: em primeiro lugar, devido à sua portabilidade, que com um simples desbloquear a partir da impressão digital ou do reconhecimento facial, está disponível para qualquer operação; em segundo lugar, a ligação à internet, onde a pesquisa pode ser lançada numa *query* de um *browser* disponibilizado no ecrã principal ou questionada à assistente virtual (ex.: Siri dos iPhone-Apple) disponibilizadas na maioria dos *smartphones*; em terceiro lugar, as

aplicações, como redes sociais, que permitem comunicar, interagir ou entreter-se num momento de aborrecimento. Este dispositivo exige o menor esforço das Estudantes na procura de informação.

A geração Google caracteriza este dispositivo como polivalente e que está presente na maior parte das suas atividades informacionais, independentemente do contexto. É a última coisa que utilizam à noite e a primeira que vêem quando acordam, ainda que apenas para definirem o alarme e o desligar assim que ele começa a tocar na manhã seguinte. Por exemplo, o estudo desenvolvido pela BBVA Innovative Center (2015), como citado por AgroCluster (2017, p. 32), aponta que “83% [dos jovens] dormem com os telemóveis ligados.”

Aliás, apesar de só ter sido retratado em dois modelos, ambas as gerações aludiram na sua reflexão que uma das atividades informacionais mais realizadas foi a verificação das horas no telemóvel. Um hábito que está bastante enraizado e que nem era questionado pelas Estudantes.

O computador portátil, por seu turno, ligado a um contexto específico, como contexto laboral, contexto académico e contexto físico como em casa, está associado a tarefas de “maior envergadura” e/ou multitarefas. A Estudante 2 (geração Google) explica que utiliza o computador devido ao tamanho do ecrã que a permite ter várias páginas abertas ao mesmo tempo, além de desempenhar diversas tarefas no computador e no telemóvel ao mesmo tempo (ex.: interagir nas redes sociais através do computador e do telemóvel).

Estas gerações, tanto a Y como a Google, assistiram “in loco ao ‘boom’ dos gadgets” sendo dependentes deles (AgroCluster, 2017, p. 32), como comprovado nesta dissertação. A Estudante 6 (geração Y) aponta que 89% do seu tempo é gasto com dispositivos digitais e os restantes 11% com outros meios, nomeadamente, comunicação cara-a-cara. Isto deve-se, segundo a Estudante, ao ambiente em que se insere e aos diversos contextos em que as situações informacionais ocorreram. A Estudante 4 (geração Y), tal como as Estudantes da geração Google, salienta o facto de o telemóvel ser um dispositivo multifuncional que é impossível não utilizar todos os dias, tendo nos três dias de recolha gasto 23% do seu tempo com este dispositivo móvel.

Comparando com o estudo realizado pela Telefonica & Financial Times, em 2013, e como citado por AgroCluster (2017, p. 32), 76% dos jovens utilizam *smartphones* e

74% utilizam *Laptop*, ou sejam computadores portáteis. Em 2020, este número terá subido substancialmente, pois, de acordo com os dados expostos aqui todas as Estudantes usam e possuem *smartphones* e computadores portáteis.

Destaca-se também o uso da televisão visto que segundo o estudo desenvolvido na UCL (2008) este meio de comunicação estaria em declínio. No entanto, o seu uso foi apontado por três Estudantes de cada geração, sendo que uma Estudante da geração Y mencionou na sua reflexão a utilização deste meio de comunicação. Na maioria dos casos, a sua utilização é meramente funcional, ou seja, serve o propósito de fazer companhia enquanto jantam ou como barulho de fundo enquanto trabalham. Com os canais pagos, as Estudantes aproveitam para ver determinadas séries de ficção ou determinados programas. Não obstante, apesar dos avanços deste meio de comunicação, nomeadamente com as *Smart TV*, ele foi perdendo terreno para plataformas *streaming*, como Netflix, ou TV online, que podem ser acedidas a partir de *smartphones*.

Ademais, é interessante ainda constatar que nesta amostra, apenas a Estudante 10 da geração Y mencionou que lê e-books no Kindle, enquanto as estudantes da geração Google, como a Estudante 2 e a Estudante 9, mencionaram inúmeros *websites* que consultam para pesquisar por livros em suporte papel que depois acabam por comprar. Apesar do crescimento do e-book (Gunter et al., 2009), seis Estudantes (quatro apresentaram no modelo e duas na reflexão) reportaram que lêem livros em suporte papel, demonstrando que existem exceções à regra.

A partir destes artefactos mediadores, as Estudantes procuram informação, maioritariamente noutras fontes de informação que não sistemas de informação formais. Em relação a estas variáveis, destaca-se o facto de as Estudantes nomearem as inúmeras plataformas que utilizaram ao invés de usarem uma terminologia mais genérica, denotando-se a importância que o nome da plataforma tem e a influência que as “marcas” exerce sobre as jovens.

Daymon Worlwide (2016), como citado por AgroCluster (2017), apontam no seu estudo que a geração Millennial passa entre 4 a 8 horas diárias online, nomeadamente, na navegação de diversas plataformas digitais, demonstrando que são viciados, em primeiro lugar pelo telemóvel, em segundo pelo acesso à internet. Algumas Estudantes também mencionam a sua dependência ao telemóvel e a algumas aplicações. Portanto, as plataformas digitais que estas gerações mais consomem e produzem informação são as

redes sociais, destacando-se, em primeiro lugar, o Facebook; em segundo, o *e-mail*; e em terceiro, o Whatsapp.

De acordo com o estudo desenvolvido pelo AgroCluster (2017), 81% dos jovens portugueses possuem perfil no Facebook. Atualmente, este número deverá ter crescido, pois o Facebook ainda continua a ser uma das plataformas digitais mais usada em Portugal. Dados de 2019, do estudo realizado pelo Grupo Marktest, demonstram que 95,4% dos indivíduos portugueses entre os 15 e os 64 anos possuem conta no Facebook, 95,6% visitam pelo menos uma vez por semana esta rede social e 56% publicam conteúdo pelo menos uma vez por semana. Quanto ao Whatsapp, esta rede social tem ganho território em Portugal e segundo o mesmo estudo do grupo Marktest, 74,2% das pessoas possuem conta e 61,8% publicam pelo menos uma vez por semana. Apesar destes dados serem gerais, permitem ter uma perspetiva geral de como é que as redes sociais são utilizadas pela população portuguesa e, nomeadamente, pelos jovens.

A utilização excessiva destas redes sociais no caso da amostra desta dissertação pode ser explicada pelo facto de uma parte das Estudantes não serem portuguesas ou estarem deslocadas da sua terra natal e estes serem um meio de comunicar com a sua família, amigos e colegas.

O *e-mail* é utilizado por todas as Estudantes da geração Y, ou seja, todas as Estudantes pertencentes a este *cohort* são trabalhadores-estudantes, sendo este uma ferramenta de trabalho importante. Esta plataforma também foi mencionada por três Estudantes da geração Google e a Estudante 2 mencionou a utilização do correio eletrónico da Google, o *Gmail*. Mais nenhuma Estudante mencionou nomes dos correios eletrónicos que utilizam, no entanto, pelo menos o *Gmail* utilizam, visto que o *e-mail* institucional da Universidade está aí alojado.

A geração Google mencionou quinze das trinta e quatro plataformas citadas por todas as Estudantes. Destacam-se destas plataformas a utilização de outras redes sociais, para além das comuns (Facebook, Instagram, Whatsapp, etc.), como LinkedIn, Telegram, Twitter e o Messenger. Segundo o estudo da AgroCluster (2017), a geração Millennial é altamente social, estando conectada em variadíssimas plataformas digitais e fazendo com que seja naturalmente uma geração “networker”, que como salientado é “uma boa competência relacional valorizada no mercado de trabalho” (p. 32).

A utilização de inúmeros *websites* sobre livros (Booktube, Goodreads, The Book Depository e Wook) demonstra que as Estudantes 2 e 9, pertencentes à geração Google, pesquisam e mantêm-se a par da informação que vai sendo lançada sobre os livros, procurando fazer as melhores compras. Como comprovado pelo estudo da AgroCluster (2017, p. 24), “os *Millennials* comparam preços, procuram informação e opiniões testemunhais sobre os produtos, visitam em simultâneo lojas on-line e lojas físicas.” Neste caso, a Estudante 9 ouve *podcasts* no Booktube com *reviews* de livros e a Estudante 2 procura pelas novidades no *website* da Wook.

Destaca-se igualmente a utilização do motor de busca Mozilla Firefox, em contraste com o Google, citado pelas restantes Estudantes. A Estudante 4 (geração Y) alude no seu modelo à utilização, além do motor de busca Google propriamente dito, aos seus vários subprodutos como *Google tradutor*, *Google académico* e o *Google maps* (citado também pelas Estudante 2 e 5 da geração Google). Isto mostra a predominância deste motor de busca nos C.Info das Estudantes, dando precisamente nome a uma geração. A utilização destes motores de busca revela o pouco esforço dedicado pelas Estudantes nas suas pesquisas académicas, apesar de ser mais gratificante para elas, uma vez que numa simples *query*, em linguagem natural, conseguem obter milhares de resultados e, provavelmente, a resposta pela qual procuram estará logo na primeira página de resultados, exigindo o menor esforço na sua utilização.

A procura em sistemas de informação formais é quase inexistente nos modelos apresentados pelas gerações: apenas o CRM (Customer Relationship Manager), sistema de informação que permite gerir a informação produzida a partir das relações entre a empresa e o cliente, e o Moodle, isto é, plataforma de partilha de informação entre o docente e as discentes, não sendo propriamente um sistema de informação. O Catawiki e o Todocoleccion são agregadores de informação, no entanto, estão intrinsecamente ligados à profissão da Estudante 9. As restantes plataformas apresentadas inserem-se dentro da categoria de outras fontes de informação.

O facto de terem escolhido um dia do fim de semana para recolher o seu C.Info atenuou o uso da tecnologia, pois com um dia livre de rotinas, as Estudantes deram prioridade às interações sociais com os familiares e/ou amigos, assim como à leitura de livros ou às tarefas domésticas. Todavia, a Estudante 5 (geração Google) denota que a

tecnologia tem a capacidade de responder a todas as necessidades informacionais que sente.

A Estudante 8 (geração Google) afirma que nos dias de recolha do seu C. Info houve um equilíbrio no que concerne à utilização de dispositivos digitais e aos meios de comunicação, mas se tivesse retratado três dias úteis, em que existem mais propósitos de dever do que de lazer como no fim de semana, a tecnologia teria dominado por completo o seu C. Info.

Por seu turno, a Estudante 6 (geração Y) ressalva que a utilização de dispositivos digitais é permanente na sua vida e isto é possível graças à literacia digital que possui, a qual lhe permite utilizar de forma crítica e conscienciosa os vários meios de comunicação que tem à sua disposição.

Por outro lado, a Estudante 2 (geração Google) analisa o facto de a tecnologia vir substituir muitas atividades que envolveriam outros meios. A Estudante dá o exemplo de tocar à campainha, agora substituída pela mensagem, ou o mapa em papel que é substituído pela aplicação *Google maps*. Um exemplo real acerca deste assunto aconteceu com a Estudante 4 (geração Y) no decorrer deste trabalho. A Estudante começou por anotar as suas situações informacionais num caderno, mas logo o substituiu pela aplicação Notas do seu *smartphone* pela conveniência, comodidade e facilidade de acesso à mesma.

Conclui-se, pela discussão destes dados, que as necessidades informacionais das Estudantes foram satisfeitas pelo princípio do menor esforço de Zipf (1949). Ou seja, a preferência de utilização do dispositivo móvel para aceder à Internet e a pesquisa se materializar em fontes de informação como motores de busca ou redes sociais demonstra que as Estudantes colocaram o menor esforço no seu comportamento, mesmo que isso significasse obter informação de menor qualidade.

6.3 Situação informacional e tempo

As situações informacionais aparecem correlacionadas com a variável tempo nos modelos das Estudantes com o intuito de, por um lado, demonstrar as situações que tiveram uma durabilidade maior, em contraste com as situações que tiveram uma durabilidade menor ou, por outro lado, demonstrar as situações que têm um maior peso no dia-a-dia das gerações. Não obstante, enfatiza-se que nas situações informacionais

estão envolvidas igualmente as variáveis apresentadas até este ponto: sujeito, necessidade informacional, ambiente e contexto, artefactos mediadores e procura em sistemas de informação ou noutras fontes de informação. No entanto, neste ponto importa apenas discutir as atividades que foram executadas um maior número de vezes ou que tiveram uma maior duração.

Assim, como exposto na análise comparativa (5.2), duas das três situações informacionais mais executadas pelas Estudantes de ambas as gerações são equivalentes, a saber as pesquisas em *websites* e a audição de música/*podcasts*. Mais curiosa é a terceira situação reportada: a geração Google reportou a comunicação via redes sociais, enquanto a geração Y apresentou a comunicação feita cara-a-cara. Salienta-se, novamente, a conectividade da geração Google em diversas redes sociais, fazendo com que a comunicação com os outros passe por estas plataformas digitais.

De acordo com Gunter et al. (2009), a geração Google mudou a forma de comunicação. Esta passou a ser feita via redes sociais, com uma interação mais baseada no textual e no áudio. Atualmente, os meios de comunicação são hipermédias, permitindo utilizar todos os *medias* disponíveis, desde a partilha de documentos até à videochamada em tempo real, com o objetivo de oferecer uma melhor experiência ao seu utilizador. Como salientado no estudo de AgroCluster (2017, 28), “[o]s Millennials constituem uma geração orientada à experiência, em que o digital está sempre presente. A sua identidade como ‘primeira geração de nativos-digitais’ transformou-os num grupo que partilha as suas experiências nas redes sociais.” Desta forma, a geração Google tem a necessidade de estar sempre conectado, partilhando as suas experiências, sendo as redes sociais um meio fácil e cómodo de estar sempre *online*. Exemplo disso é o testemunho da Estudante 1 que reflete no seu trabalho sobre a dependência do telemóvel, priorizando a comunicação via redes sociais em detrimento das comunicações cara-a-cara.

A temporização das situações informacionais proporcionou uma reflexão pormenorizada do tempo gasto em cada situação informacional e as diversas variáveis que a constituem, como os artefactos mediadores e as plataformas digitais. Por outro lado, permitiu-lhes tomar consciência de hábitos informacionais que tinham, como verificar as horas no telemóvel, demonstrando a dependência nos dispositivos móveis.

Por sua vez, a geração Y referiu a comunicação cara-a-cara, isto é, esta geração preserva a importância do contacto pessoal e presencial, pois cresceu num ambiente

híbrido, onde a sua educação ainda passou por livros em suporte de papel (Gunter et al., 2009).

Como já mencionado, estas Estudantes pertencem a um “small world”, onde os C. Info são normativos, isto é, seguem determinadas normas sociais, e são dependentes do contexto. O facto de duas das três situações informacionais mais realizadas pelas Estudantes de ambas as gerações coincidiram corrobora esta teoria de Chatman (2000).

6.4 Fonte preferida nas situações informacionais e a troca de informação

As situações informacionais reportadas pelas Estudantes foram realizadas ora sozinhas ora acompanhadas. No comportamento de procura de informação as Estudantes recorrem a dois tipos fontes: fontes internas, ou seja, o próprio sujeito da ação e o conhecimento que tem armazenado na sua memória e/ou arquivos pessoais e; fontes externas, nas quais se incluem os colegas, os amigos, os familiares, etc. que motivaram o comportamento ou forneceram a resposta à necessidade que havia surgido.

A Estudante 8 e a Estudante 9 (geração Google) referem nos seus modelos que as fontes preferidas são equivalentes na sua significância, ou seja, algumas atividades envolvem pessoas, designadamente a troca de mensagens via redes sociais, a qual supõe sempre a existência de um destinatário, enquanto outras atividades são realizadas sozinhas, como ouvir música. No processo de troca de informação, a Estudante 1 (geração Google) explica que a partilha de informação acontece maioritariamente com a colega com quem partilha casa.

A Estudante 4 (geração Y) reporta no seu trabalho que as suas fontes externas preferidas são as colegas de casa, a família e as colegas de faculdade e que as situações em que não ocorre uma interação social são, geralmente, atividades de entretenimento/lazer que a Estudante realiza sozinha. Por exemplo, em relação ao processo de compras, o estudo da AgroCluster (2017, p. 24) confere que as fontes preferidas são as externas, pelo que os Millenials são “bastante influenciado[s] pelas opiniões dos amigos, cônjuge, colegas de trabalho, e pais.”

Estes conceitos estão intrinsecamente ligados à comunicação e interação com os outros como fontes de informação (fontes externas), com os quais existe uma relação de

troca de informação bilateral, ou com o próprio sujeito que procura em si a resposta para a sua necessidade (fonte interna).

6.5 Barreiras que levam à Satisfação-não satisfação e aos Resultados

A Estudante 10 (geração Y) refere no seu modelo as barreiras que o ator, ou seja, aquele que desempenha os papéis de produção, recolha, tratamento, avaliação e uso da informação, terá de enfrentar no decorrer da sua situação informacional ou mesmo antes de se envolver num comportamento de procura de informação. Wilson (1981b) define três tipos de barreiras: pessoais, interpessoais e ambientais, dentro das quais a Estudante aponta o excesso de informação com que o sujeito da ação é exposto, levando à dificuldade na distinção entre a informação verdadeira e a informação falsa. As *fake news* são uma das maiores calamidades da sociedade de informação, que proliferou com a democratização das redes sociais, onde qualquer pessoa é produtora de informação. A Estudante 10 ainda ressalva que uma forma de evitar as barreiras é prevêê-las antes delas acontecerem para assim as conseguir evitar, apesar de nem sempre isto ser possível.

A Estudante 1 (geração Google) reflete também no seu trabalho, apesar de não retratar esta variável no seu modelo, sobre as barreiras tecnológicas que podem surgir durante o C.Info, como a falta de bateria no telemóvel ou a perda de rede de Internet.

Não obstante, esta mesma Estudante apresentou no seu modelo as variáveis satisfação/não-satisfação das necessidades informacionais, concluindo que ficou satisfeita com o processo informacional. Já a Estudante 10 retratou a variável dentro de três circunferências, não estando perceptível o propósito do seu uso, pelo que se deduz que sejam os vários níveis de satisfação das atividades. Na reflexão apenas refere que, no que aos processos informacionais diz respeito, a satisfação foi mediana, inferindo-se que a “satisfação” se encontra na segunda circunferência.

Por fim, a Estudante 8 apresenta como Resultado do seu C.Info a variável Curadoria, isto é, a “triagem” que faz à informação que encontra no comportamento de procura de informação e, conseqüentemente, de uso de informação. Segundo a Estudante, a informação é selecionada e avaliada, sendo descartada, arquivada ou colocada nos “favoritos”. Esta última está ligada à curadoria digital, pois muitos *websites* utilizam esta nomenclatura para proporcionar uma melhor experiência ao utilizador e ajudá-lo a

guardar a informação se assim for a sua intenção. A Estudante conclui que guarda praticamente toda a informação, descartando apenas *websites* com conteúdo menos pertinente para a satisfação da sua necessidade.

Em suma, a tecnologia assume um papel determinante no C.Info de cada uma das Estudantes, quer pertençam à geração Y, quer à geração Google. Por exemplo, a Estudante 5 reflete que tinha iniciado este trabalho com a crença de que não gastava muito do seu tempo com a pesquisa e exploração de conteúdos digitais. No fim do trabalho, concluiu que dos três dias de recolha, foram gastas 18 horas a produzir/consumir conteúdo digital.

Ademais, a tecnologia está continuamente a evoluir e estas gerações acompanham a sua evolução desde os primórdios, compreendendo as suas potencialidades e utilizando-a diariamente nos seus C.Info. A Estudante 1 explica no seu trabalho que o facto de ter sempre à sua disposição artefactos tecnológicos possibilitou a execução de múltiplas tarefas. Por exemplo, enquanto comunicava oralmente com a sua colega de casa, pesquisava no telemóvel alguma necessidade que surgisse no decorrer da comunicação e partilhava de seguida essa informação com a colega.

O *smartphone* vem praticamente substituir todos os artefactos, uma vez que, acumula em si todos os *medias* que outrora estavam separados. Graças à ligação à Internet e ao desenvolvimento de aplicações, o *smartphone* congrega em si o monopólio dos meios de comunicação: rádio, televisão, redes sociais, jornais, livros, etc., além de permitir a conexão constante com o mundo virtual. Para a Estudante 4, a tecnologia é indissociável do seu C.Info. É a partir dela que tem acesso ao mundo, através da leitura de notícias, que comunica com as pessoas, através das redes sociais, que pesquisa, que acorda, que ouve música, entre outras atividades.

Estas gerações sentem a necessidade de estarem conectadas 24/7, tornando-se uma necessidade básica do ser humano. Como reporta a Estudante 2, há a necessidade de estar em constante produção de informação, isto é, publicar nas redes sociais tudo o que faz para que os seus “amigos” virtuais possam acompanhar o seu dia e, por vezes, validar. Como constatado no estudo da AgroCluster (2017), estas questões estendem-se também às gerações mais antigas, as quais estão a acompanhar as novidades e a aderirem cada vez mais às redes sociais, nomeadamente, ao Facebook.

Assiste-se, deste modo, a um declínio na utilização dos meios de comunicação tradicionais e a uma enorme adesão a outros tipos de meios como o *streaming* ou meios mais interativos para o utilizador que quer estar constantemente entretido. Não obstante, apesar dos e-books serem mais baratos e atrativos pela sua portabilidade, denota-se que a geração Google ainda prefere os livros em suporte papel.

Estas gerações possuem “o nível de educação mais elevado de sempre detendo mais habilitações que qualquer uma das gerações antecessoras” (AgroCluster, 2017, p. 18), enfatizando-se a importância da aquisição de literacia da informação e literacia digital mediada pelo espírito crítico no que concerne ao uso das tecnologias e fontes de informação digitais. Das competências e habilidades transversais mais requeridas às gerações e, principalmente, às novas gerações é a formação de literacias, tendo a Universidade um papel muito importante. No entanto, o estudo da AgroCluster (2017) aponta que os níveis de literacia e numerária em Portugal estão abaixo do esperado.

Por fim, foram corroboradas as hipóteses 1 e 2, ou seja, a necessidade, a procura e o uso da informação determinam o C.Info das Estudantes, que são influenciados pelos fatores pessoais, interpessoais, contextuais e ambientais. De seguida serão apresentados contributos para o delineamento do perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal a partir das conclusões retiradas neste capítulo.

7. Contributos para o perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal

O primeiro contributo para o delineamento do perfil do gestor e curador da informação foi dado pelos alunos da primeira edição do mestrado em GCI, com a publicação de um artigo na revista *Páginas a&b*, em 2017. A primeira edição constituída por pouco mais de meia dúzia de estudantes, difere em quantidade e em género da segunda edição. Constituída por cerca de vinte e cinco alunos, esta segunda edição distingue-se pelo elevado número de mulheres (apenas um homem frequentou a segunda edição).

Este número de alunas pode ser explicado pelo estudo da AgroCluster (2017, p. 18), no qual é afirmado “que nos próximos anos venha a consolidar esta evolução educacional, sendo que o género feminino se afirma como líder deste avanço”, pois este género é o que mais tem investido na educação de ensino superior e na formação ao longo da carreira. Isto verifica-se neste estudo, nomeadamente, na Estudante 3 que, apesar de já possuir uma pós-graduação e de estar empregada na área, procurou este mestrado para atualizar o seu conhecimento.

Assim, o delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação, principalmente, da geração Google é crucial, em primeiro lugar, para que os *stakeholders* conheçam esta profissão emergente, em segundo lugar, para haver um reconhecimento do mercado de trabalho na mais-valia desta profissão e, por último, demonstrar que as mulheres estão a entrar no mercado de trabalho e em posições que outrora eram desempenhadas por homens. Cabe também salientar a importância da ligação da academia e do mercado de trabalho para formar cidadãos cada vez mais competentes e capazes para responder às necessidades do mercado.

De seguida, serão corroboradas ou refutadas as restantes hipóteses e apresentadas as competências e habilidades inferidas dos modelos de C.Info. Por último, serão apresentados os contributos para o delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal.

7.1 Competências e habilidades inferidas dos modelos de comportamento informacional

Os modelos de C.Info desenvolvidos pelas Estudantes contêm um manancial de informação com vários prismas de abordagem, sendo uma delas evidenciar as competências e habilidades implícitas e explícitas a partir dos modelos, em triangulação com a análise documental.

Tal como explanado no subcapítulo 2.4.1, competências e habilidades são conceitos similares e revelam-se como as aptidões que o ser humano tem para resolver determinada coisa, através dos seus conhecimentos e capacidades. Dentro da panóplia de competências existentes, nesta dissertação estarão em evidência as competências informacionais, ou seja, a capacidade de reconhecer uma necessidade de informação, procurar por respostas, avaliá-las e utilizá-las de forma ética, e as competências digitais, isto é, a capacidade de utilização consciente das TIC e o acompanhamento dos seus desenvolvimentos e práticas.

A partir do estado de arte traçado no capítulo 2, nomeadamente, dos artigos de Lopes e Pinto (2016); Ochôa (2017); Ochôa e Pinto (2015); Terra (2017) e do relatório *A imagem das competências dos profissionais de informação-documentação* (2006), serão apresentadas as competências e habilidades requeridas ao profissional I-D. Algumas destas competências e habilidades estão relacionadas com as fases do ciclo de vida da informação do DCC (Higgins, 2008), designadamente as fases conceptualização; criação ou receção; avaliação e seleção; ingestão; acesso, utilização e reutilização e; transformação. Foi acrescentado um tópico que é o das TIC ligado às competências digitais, o qual não está previsto no modelo do ciclo de vida da informação do DCC (Higgins, 2008). A partir destas premissas foi possível organizar a tabela abaixo com as competências e habilidades informacionais e digitais que são esperadas das pessoas que trabalham/trabalarão com informação e a partir da qual serão inferidos dos modelos de C.Info e trabalhos reflexivos se cada uma das gerações possui ou não essas competências e habilidades.

Ciclo de vida da informação DCC	Definição das competências e habilidades informacionais e digitais	Geração Y	Geração Google
Conceptualização	Reconhecimento e identificação de uma necessidade de informação (Terra, 2017; Ochôa & Pinto, 2015)	Sim	Sim
Criação ou recepção	Pesquisa e exploração eficiente e eficaz de informação (Lopes & Pinto, 2016; Ochôa & Pinto, 2015; A imagem das competências dos profissionais de informação-documentação, 2006)	Sim	Sim
Avaliação e seleção	Avaliação crítica da informação e do processo de procura de informação (Terra, 2017);	Não	Não
	Análise, seleção e validação das fontes de informação (Lopes & Pinto, 2016; A imagem das competências dos profissionais de informação-documentação, 2006)	Não	Não
Ingestão	Organização e gestão da informação recolhida e criada (Lopes & Pinto, 2016; Terra, 2017;)	Sim	Sim
Acesso, utilização e reutilização	Utilização eficaz da comunicação da informação de forma ética e legal (Lopes & Pinto, 2016; Ochôa & Pinto, 2015; Terra, 2017)	Sim	Sim
Transformação	Construção de conhecimento a partir da combinação da informação prévia com a nova informação (Lopes & Pinto, 2016; Ochôa & Pinto, 2015; Terra, 2017)	Não	Não
TIC (A imagem das competências dos profissionais de informação-documentação, 2006)	Utilização das tecnologias de informação e comunicação (TIC) de forma eficiente e eficaz;	Não	Não
	Acompanhamento da evolução tecnológica e suas práticas (Ochôa, 2017c).	Sim	Sim

Tabela 21 Competências e habilidades informacionais e digitais das gerações ligadas ao ciclo de vida da informação.
Fonte: elaboração própria.

Na conceptualização, definida como o reconhecimento e identificação de uma necessidade de informação, a geração Google apontou explicitamente a necessidade de informação no seu modelo, enquanto para a geração Y está implícito. Há um reconhecimento da natureza da necessidade, sendo que em ambas as gerações varia entre o entretenimento, lazer e dever profissional e académico. Por exemplo, a necessidade por entretenimento, muitas vezes surgiu a partir de um sentimento de aborrecimento que foi superficialmente satisfeito através de um *scroll down no feed* das redes sociais.

Na criação ou recepção, definida como a pesquisa e exploração eficiente e eficaz da informação, ambas as gerações apontaram os comportamentos de procura de informação que passa por pesquisas ativas e passivas, sendo que nestas são explorados diversos dispositivos e fontes de informação como meios para chegarem à informação pretendida. Não obstante, as fontes de informação utilizadas não careceram de um pensamento crítico no seu uso.

Na avaliação, definida como avaliação crítica da informação e do processo de procura de informação, e seleção, definida como análise, seleção e validação das fontes de informação, no melhor do nosso conhecimento, não foram critérios tidos em conta no momento de procura de informação. Ambas as gerações utilizam fontes de informação ordinárias, ou seja, fontes de informação que todas as pessoas utilizam, ao invés de procurarem em sistemas de informação formais, como agregadores de conteúdo ou *websites* institucionais. Não foi feita uma seleção criteriosa e validação das fontes de informação, nem uma avaliação crítica da informação nelas encontradas.

Quanto à ingestão, isto é, organização e gestão da informação recolhida e criada, denota-se um esforço de ambas as partes por apresentarem os seus modelos de forma estruturada e coerente com as recolhas feitas. A informação recolhida foi apresentada ora em tabelas, ora em texto e depois sintetizada em modelos de C.Info. Duas Estudantes da geração Y e uma da geração Google não conseguiram sintetizar tudo num único modelo, apresentando dois ou três onde a informação acabou por se repetir, tornando-se redundante.

A utilização eficaz da comunicação da informação de forma ética e legal é visível nos modelos de C.Info e na seleção que foi feita da informação a mostrar nos seus modelos. Não obstante, alguma da informação disposta nos modelos da geração Google nem sempre foi a mais pertinente e, por vezes, verificaram-se inconsistências na utilização dos conceitos e nas relações estabelecidas entre eles.

No que concerne à transformação, isto é, à construção de conhecimento a partir da combinação da informação prévia com a nova informação, denotou-se que este critério não foi tido em conta nos modelos. O modo de pesquisa contínua, que é precisamente a construção e renovação constante do conhecimento que o ser humano possui, não foi mencionado nem nos modelos, nem nos trabalhos de reflexão. Portanto, as Estudantes de ambas as gerações não refletiram sobre o seu conhecimento prévio e o que adquiriram com esta reflexão.

Por último, foi acrescentada uma “fase” mencionada no relatório *A imagem das competências dos profissionais de informação-documentação* (2006) que diz respeito às competências digitais. A competência de lidar com as TIC foi mencionada pelos profissionais I-D como sendo uma das competências do futuro, definindo-se como a utilização das TIC de forma eficiente e eficaz, além do acompanhamento constante da

evolução tecnológica e das suas práticas. Nos modelos de C.Info não foi possível verificar se houve uma utilização eficaz e eficiente das TIC, uma vez que as Estudantes de ambas as gerações apenas reportaram a procura nestas tecnologias, sem referirem, por exemplo, o sucesso das pesquisas realizadas. Quanto ao acompanhamento da evolução tecnológica e das suas práticas deduz-se pelos dispositivos tecnológicos e pelas plataformas digitais utilizadas que ambas as gerações estão a par da evolução tecnológica e que o seu comportamento de procura de informação é maioritariamente digital.

Deste modo, corrobora-se a hipótese 3, pois a partir dos modelos de C.Info das Estudantes de ambas as gerações foi possível inferir as suas competências e habilidades informacionais e digitais.

Ademais, este estudo corrobora as seguintes ilações do projeto “Information Behaviour of the Research of the Future”, desenvolvido na University College London (2008) sobre a geração Google: pensamento pouco crítico sobre as fontes de informação; não compreensão correta das suas necessidades informacionais, levando a que os comportamentos de procura e uso de informação se tornem superficiais, pesquisando apenas em motores de busca e/ou redes sociais; não são os únicos que têm competências digitais; utilização de múltiplos meios de comunicação e mais interativos; necessidade de estarem sempre conectados e; são prosumidores.

Todavia, a hipótese 4 formulada nesta dissertação é refutada. As competências e habilidades da geração Google são iguais às da geração Y, como comprovado pela tabela 21, na qual ambas as gerações estão em consonância em todos os pontos apresentados.

Assim, a teoria apresentada no estudo da UCL (2008) de que a geração Google se distingue da geração Y pelas aptidões, atitudes, expectativas e literacia da informação e comunicação é igualmente refutada, pois o que se verifica no presente estudo é que ambos *cohorts* partilham as mesmas aptidões, atitudes, expectativas e literacias, independentemente da geração.

O facto de pertencerem ao mesmo “small world”, de partilharem o mesmo ambiente e contexto e de pertencerem ao mesmo tipo social (Chatman, 2000) faz com que as Estudantes desta amostra pertençam todas à geração Google. Tal como afirma Rowlands et al. (2008, p. 301), “[...] we are all Google generation now: the demographics of internet and media consumption are rapidly eroding this presumed generational difference.”

Ambas as gerações são “early adopters” das tecnologias e, apesar de ainda ter sido educada por livros, a geração Y está a acompanhar da mesma forma a evolução das tecnologias e das suas práticas. Concluindo-se que o que molda os C.Info das pessoas são o ambiente e o contexto em que estas se inserem e não a geração a que pertencem.

No estudo da AgroCluster (2017), a geração Millennial, a qual compreende as duas gerações em estudo (geração Y e geração Google), apresenta as seguintes características transversais: autoconfiança, autoestima, competência tecnológica, abertura à mudança, otimismo, multitarefa, são “early adopters” das novas tecnologias e dependentes dos ecrãs. A característica identitária desta geração e que a distingue das restantes gerações é o facto de serem nativos-digitais, estando dotados, *a priori*, de um conjunto de competências, comportamentos e experiências mais transversais, ou seja, ligados às várias vertentes do ser humano. Muitas destas características também se verificaram neste estudo.

Em relação às competências que se esperam de um(a) gestor(a) e curador(a) de informação pelo mercado de trabalho, Reyes et al. (2017) apresentam um quadro-súmula no seu artigo e já exposto no subcapítulo 2.5. Em comparação com as competências inferidas dos modelos de C.Info da geração Google, depreende-se que muitas destas competências não são evidenciadas neles, pois são competências focadas no perfil do profissional, que através da análise dos C.Info pessoais não é possível inferir. Contudo, pode-se inferir as competências transversais como comunicação clara e efetiva, aplicação do ciclo de vida da informação, acompanhamento das tendências tecnológicas e capacidade de raciocínio abstrato no desenvolvimento dos seus modelos de C.Info, ressaltando-se que nem todas as competências são visíveis em todas as Estudantes.

Isto faz com que existam múltiplos perfis com conjuntos de competências transversais, as quais agregam valor à profissão e ao mercado de trabalho. No entanto, estes múltiplos perfis podem ser congregados num perfil global, o qual será delineado a seguir.

7.2 Perfil das futuras gestoras e curadoras de informação

Num mundo globalizado em que os dados são o “novo petróleo”, a gestão e curadoria da informação assume-se como uma profissão do futuro ao ter profissionais

capazes de identificar, avaliar, gerir e fazer a curadoria da informação. Assim, e juntamente com todos os esforços desenvolvidos pelos que lecionam e frequentaram/frequentam o mestrado em GCI, esta dissertação pretende dar o seu contributo no delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal, as quais pertencem à geração Google. Além do reconhecimento da mulher nesta nova área que emerge, esta dissertação contribui para os estudos de mulheres e o seu C.Info quotidiano.

As mulheres assumiram nesta segunda edição do mestrado em GCI um papel de supremacia, uma vez que apenas um homem frequentou essa edição. Com a expansão de oportunidades para as mulheres e a disrupção entre as profissões “masculinas” e “femininas” vêm-se cada vez mais mulheres a prosseguir estudos e a liderar em profissões relacionadas com tecnologias, gestão e administração (*The Future of Jobs: employment, skills and workforce strategy for the fourth industrial revolution*, 2016). É importante que estes estudos dêem voz às mulheres e aos seus feitos para diminuir o *gender gap*, mas também “para introduzir reflexividade crítica, capacidade de avaliação e correção das políticas e dos seus efeitos” (Torres, 2016, p. 7)

Desta forma, as Estudantes da geração Google, que se situam na faixa etária entre os 21 e os 23 anos, têm *backgrounds* académicos diferentes, encontrando neste mestrado uma forma de aprofundamento de conhecimento interdisciplinar, além da empregabilidade do mesmo (duas das cinco Estudantes já estavam empregadas na área de GCI antes de entrarem neste mestrado e atualmente mais duas conseguiram emprego na área).

Por conseguinte, o perfil das gestoras e curadoras de informação compõe-se por competências transversais que se suportam tanto nas competências informacionais como na capacidade de aplicação do ciclo de vida da informação ao seu C.Info, por exemplo, o reconhecimento e identificação de necessidades informacionais e a pesquisa e exploração eficiente e eficaz da informação; nas competências tecnológicas com a utilização de múltiplos canais de comunicação e conexão constante com o mundo virtual, além de acompanharem a evolução tecnológica e as suas práticas; nas competências de comunicação como comunicação clara e efetiva; nas competências de gestão como organização e gestão da informação e; nas competências pessoais como capacidade de raciocínio abstrato e de análise de informação.

Assim, o perfil profissional das gestoras e curadoras de informação surge no mercado de trabalho como um perfil híbrido, mas com um papel fundamental na redução da incerteza, na comunicação das necessidades, na avaliação, seleção e acesso da informação e na curadoria da mesma.

Corrobora-se assim a hipótese 5, com as capacidades de identificação, pesquisa e gestão da informação, as futuras gestoras e curadoras de informação estão munidas de ferramentas para responder às incertezas dos avanços tecnológicos e por isso são uma das profissões do futuro. Por fim, corrobora-se também a hipótese principal desta dissertação, os modelos de C.Info contribuem positivamente para o delineamento do perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google.

8. Conclusão

Esta dissertação tinha como objetivo contribuir para o delineamento do perfil das futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google. Para isso foi traçado um estado de arte, um estágio conceptual e os procedimentos metodológicos para de seguida ser realizada uma análise de conteúdo e análise comparativa dos modelos de C.Info das dez Estudantes do mestrado em GCI. Nesta análise procedeu-se à categorização das etapas do C.Info: tempo; situação informacional; ambiente e contexto; artefactos mediadores; sujeito; comportamento de procura de informação; fonte preferida; necessidade informacional; barreiras pessoais, interpessoais e ambientais; troca de informação; satisfação ou não-satisfação; resultados; procura em sistemas de informação ou procura noutras fontes de informação, com o intuito de simplificar a análise comparativa entre as duas gerações e elaborar um modelo de C.Info global. Na discussão dos resultados concluiu-se que as duas gerações partilham as mesmas necessidades de informação e que o facto de pertencerem a gerações diferentes não se revela nos seus C.Info. Com isto foram dados os contributos para o delineamento de um perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google.

Na “Declaração da Comissão Europeia por ocasião do Dia Internacional da Mulher de 2019” (Comissão Europeia, 2019) é afirmado que a Europa é um dos continentes onde existe maior igualdade para as jovens e as mulheres adultas, as quais exercem cada vez mais lugares de poder. No entanto, continuam a existir desigualdades no que concerne à carreira profissional das mulheres, nomeadamente na conciliação desta com a vida familiar, nas oportunidades de emprego ou na igualdade salarial. No relatório “She figures 2018” publicado também pela Comissão Europeia (*She Figures 2018*, 2019) é demonstrado que cada vez mais as mulheres estão entre os doutorados (em 2016, em Portugal, 55% dos doutorandos eram mulheres, contra os 47,9% da média da União Europeia), não obstante “in 2016, women doctoral graduates at EU level were over-represented in education (68%), but under-represented in the field of information and communication technologies (21%) [...] (p. 6).”

O facto desta edição do mestrado ser constituída na sua maioria por mulheres revela, por um lado, a emancipação das jovens que cada vez têm mais estudos superiores

(e na área das TIC) e, por outro lado, a sua participação ativa na sociedade, nomeadamente na diminuição do *gender gap* no meio académico e no mercado de trabalho.

Esta dissertação revela-se assim, ser pertinente na medida em que explorou o C.Info de mulheres de forma a contribuir para a literatura feminista, além de se aliar aos esforços que têm sido desenvolvidos na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (NOVA-FCSH)⁸, designadamente pelo Centro de Estudos sobre a Mulher e pelo Mestrado em Estudos sobre as Mulheres, acrescentando uma nova tendência de investigação em estudos de mulheres e GCI.

Por outro lado, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável e os seus 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável incorporam uma enorme responsabilidade na igualdade de género e no empoderamento das mulheres em cada um dos seus objetivos. Assegurando os direitos das jovens e das mulheres, promovem a inclusão, nomeadamente no mercado de trabalho, e que a economia funcione para todos (UN Women, s.d.). De tal modo que, quatro das cinco Estudantes da geração Google estão empregadas na área de GCI e as principais preocupações informacionais no seu quotidiano derivam maioritariamente do seu emprego ou das suas tarefas académicas e ainda não tanto das responsabilidades que estão associadas às mulheres, como por exemplo, a maternidade e a rotina de cuidadoras.

De seguida são apresentadas as conclusões decorrentes do estudo comparativo entre a geração Y e a geração Google:

- A necessidade, a procura e o uso da informação determinam o comportamento informacional das Estudantes do mestrado de GCI, apesar destas terem desvalorizado o comportamento de uso da informação nos seus modelos, ele aparece refletido nos seus trabalhos escritos;
- A natureza da necessidade de informação é, maioritariamente, por entretenimento, o qual é satisfeito, por exemplo, através do *scroll down* no *feed* das redes sociais

⁸ No seguimento da assinatura da Carta de Princípios do SAGE – Systematic Action for Gender Equality e em linha com o projeto SPEAR, a NOVA FCSH encontra-se a elaborar um Plano para a Igualdade de Género e a Diversidade (2020-2021), organizado em três eixos de ação: Igualdade de género; Conciliação entre a vida profissional, familiar e pessoal; e Diversidade. Foi criada uma Comissão de Acompanhamento do Plano para a Igualdade e a Diversidade 2020-2021, nomeada pelo Despacho 9/2020, visando consolidar na NOVA FCSH uma estratégia de igualdade de género, que abranja também as questões de diversidade e de inclusão. Disponível em: <https://www.fcsch.unl.pt/nova-fcsh-elabora-plano-para-a-igualdade-do-genero-e-diversidade-2020-2021/> (consultado no dia 2 de agosto de 2020).

ou pela visualização de séries, concluindo-se que a maioria das necessidades informacionais foi satisfeita pelo Princípio do menor esforço (Zipf, 1949);

- A situação informacional ocorre num ambiente, contexto e tempo específicos e através de artefactos tecnológicos. A partir destes artefactos tecnológicos são consultadas diversas fontes de informação informais, como motores de busca, redes sociais, etc.;
- O tempo funciona como temporizador/quantificador da situação informacional, ou seja, contextualiza temporalmente o C.Info (duração ou marcação do início da situação informacional) num ambiente cultural e social;
- A procura e troca de informação com pares é o mais comum entre as Estudantes, as quais vêm os seus colegas, amigos e familiares como fontes de informação fiáveis;
- A procura de informação verifica-se apenas noutras fontes de informação, ao invés de serem realizadas em sistemas de informação formais, como catálogos de Bibliotecas;
- As fontes de informação não foram validadas, nem foi feita uma avaliação crítica da informação recolhida. Pensamento pouco crítico sobre as fontes de informação utilizadas;
- O comportamento de procura de informação traduz-se apenas em pesquisa ativa e pesquisa passiva de informação. As Estudantes não refletiram sobre o modo de atenção passiva, como aquisição involuntária de informação, e a pesquisa contínua, através da qual é possível construir conhecimento e torná-lo sabedoria;
- A organização e gestão da informação nem sempre foi feita de forma eficiente e eficaz, com a repetição de informação e alguma confusão entre os significados dos conceitos utilizados nos modelos;
- Os fatores pessoais, interpessoais, contextuais e ambiente influenciam o comportamento informacional das Estudantes;
- As competências e habilidades evidenciam-se a partir dos modelos de comportamento informacional das Estudantes e da denominação e significado atribuído a cada etapa dos seus modelos;
- As competências e habilidades não estão dependentes da geração, mas sim do “small world” onde se inserem. Por outras palavras, é o ambiente e o contexto que moldam as pessoas, independentemente de uma se inserir na geração Y e outra na

geração Google. Se ambas pertencem ao mesmo tipo social, se têm acesso às mesmas tecnologias e aos mesmo estímulos, o mais provável é que os seus comportamentos informacionais quotidianos sejam semelhantes e, por isso, as suas competências e habilidades sejam igualmente semelhantes;

- As Estudantes da geração Google são “early adopters” das tecnologias, dependentes dos ecrãs e nativas-digitais;
- A tecnologia assume um papel determinante no C.Info das Estudantes, com a qual praticamente todas as situações informacionais ocorrem. Por vezes, duas ou mais situações ocorrem ao mesmo tempo pela flexibilidade de utilização dos artefactos tecnológicos e outras fontes de informação;
- O *smartphone* é o artefacto preferido das Estudantes e a Internet é o meio de comunicação a partir do qual elas acedem ao mundo virtual e estabelecem comunicação com outras pessoas;
- Não foi possível inferir como é feita a utilização das TIC pelas Estudantes;
- Estas gerações sentem a necessidade de estar constantemente conectadas à Internet e, por consequência, às redes sociais onde verificam o que os seus pares fazem quotidianamente através da partilha das suas rotinas, havendo uma troca e transferência de informação;
- A importância da literacia informacional e da literacia digital na utilização dos diversos meios de comunicação foi apontada pelas Estudantes de ambas as gerações nos seus trabalhos reflexivos;
- O declínio dos meios de comunicação tradicionais, como televisão, rádio, mas não do livro em suporte papel. Este tipo de suporte é bastante apreciado pela geração Google;

Finalmente, verifica-se:

- A assunção das mulheres como futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal com perfis híbridos e transversais;
- A existência de múltiplos perfis com conjuntos de competências transversais que vêm agregar valor à profissão de GCI;
- O perfil das futuras gestoras e curadoras de informação ser composto por competências transversais, como competências informacionais, competências

tecnológicas, competências de comunicação, competências de gestão e competências pessoais;

- A capacidade de aplicação do ciclo de vida da informação ao seu comportamento informacional;
- A importância dos estudos de mulheres para combater o *gender gap* e dar voz às mulheres, que cada vez mais assumem posições de poder;
- A gestão e curadoria da informação como uma profissão do futuro, pois lida com a informação, que é uma das ferramentas usadas na redução da incerteza e no acompanhamento dos avanços tecnológicos e das suas práticas;
- Os modelos de comportamento informacional contribuem positivamente para o delineamento do perfil das gestoras e curadoras de informação em Portugal pertencentes à geração Google.

Este estudo tem implicações práticas e teóricas em várias áreas de estudo, nomeadamente:

- Nos Estudos de gerações: foi traçada uma análise comparativa dos modelos de C.Info da geração Y e da geração Google;
- Nos Estudos de mulheres: a amostra deste estudo é composta apenas por mulheres pertencentes a duas gerações diferentes e que são as futuras gestoras e curadoras de informação em Portugal;
- Nos Estudos sobre Comportamento Informacional: contributo para os estudos de C.Info e modelos autorreflexivos de C.Info desenvolvidos por mulheres;
- Nos Estudos das competências: foram delineadas as competências e habilidades da profissão de gestão e curadoria da informação;
- Nos Estudos das literacias: compreensão do nível de literacia informacional e literacia digital das Estudantes pelos seus modelos de C.Info e;
- Nos Estudos das práticas pedagógicas: este estudo baseou-se em trabalhos desenvolvidos no âmbito da disciplina de Fundamentos da Ciência da Informação, do mestrado em GCI (cf. G. Silva et al., 2019).

Apesar do seu carácter subjetivo, esta investigação contribui significativamente para a sociedade em geral, para as políticas públicas e políticas organizacionais, para o

mercado de trabalho e para a academia, mas principalmente para a profissão I-D que carece de visibilidade na área da cultura.

Isabel Pires (2020), politóloga e deputada do Bloco de Esquerda, uma das jovens entrevistadas pelo jornal *Público* na sua edição especial de 30 anos, afirma que atualmente “[o] acesso imediato à informação e a facilidade com que qualquer pessoa, com o seu telemóvel, pode produzir um conteúdo informativo e, em teoria, criar um facto político acelerou a velocidade política e criou uma nova escala para os seus atores e atrizes.” Além de contribuir para o crescimento exponencial de dados, o chamado *Big Data*, o facto de hoje todos sermos prosumidores vem criar esta urgência de capacitar os jovens de literacias e competências informacionais e digitais, assim como pensamento crítico e avaliação das fontes de informação. A academia desempenha aqui um papel importante na qualidade de promotora da educação e atualizadora das carreiras ao longo da vida, em articulação com o mercado de trabalho.

Por fim, este mestrado encaixa-se na modernização dos tempos com ligação às TIC e nas competências transversais e interdisciplinares pelas quais se pauta, nomeadamente no seu corpo docente, e na transmissão de conhecimentos aos seus Estudantes, preparando-os com ferramentas de gestão e curadoria da informação para a incerteza do amanhã.

Em relação ao objeto de estudo desta dissertação, outras investigações poderão ser endereçadas, nomeadamente, na área dos Hábitos de Consumo Informacional ou estudos de Psicologia. Todavia, ainda contém em si um manancial de informação fértil para o Estudo sobre mulheres e Comportamentos Informacionais.

Bibliografia

Agosto, D. E., & Hughes-Hassell, S. (2006). Toward a model of the everyday life information needs of urban teenagers, part 2: Empirical model. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(11), 1418–1426.

AgroCluster. (2017). *Estudo de tendências de consumo: Geração Y Millennials*, 1–136.

Albuquerque, L. G., & Cordeiro, H. T. D. (2013). Perfis de Carreira da Geração Y. *XXXVII Encontro da ANPAD*, 1–16.

Athreya, B. H., & Mouza, C. (2016). *Thinking skills for the digital generation: The development of thinking and learning in the age of information*. Springer.

BAD. Formação disponível em Portugal. Consultado no dia 22 de março de 2020. apbad.pt/Formacao/formacao_cdisp.htm

Barata, P. J., & Ochôa, P. (2015). Profissionais de Informação-Documentação a caminho da invisibilidade: Uma reflexão a partir da análise de cargos de direção intermédia na Administração Central do Estado. *Cadernos BAD*, 1, 7–22.

Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trads.). Edições 70.

Bates, M. J. (2005). *An introduction to metatheories, theories, and models* [Book's chapter]. https://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/VIKBA12/um/Bates_2005_intro.pdf

Bawden, D. (2006). Users, user studies and human information behaviour: A three-decade perspective on Tom Wilson's "On user studies and information needs". *Journal of Documentation*, 62(6), 671–679. [http://dx.doi.org/10.1108/S1876-0562\(2011\)002011a009](http://dx.doi.org/10.1108/S1876-0562(2011)002011a009).

Badwen, D. & Robinson, L. (2011). Individual Differences in Information-Related Behaviour: What do we know about information styles? In: Spink, A. & Heinström, J. (Eds.), *New Directions in Information Behaviour*. *Library and Information Science*, 1, 127-158.

BBVA Innovative Center. (2015). *Millennial Generation*.

Belkin, N. J., Oddy, R., & Brooks, H. (1982). ASK for information retrieval: Part 1: Background and theory. *Journal of Documentation*, 38, 61–71.

Belkin, N. J., & Vickery, A. (1985). *Interaction in information systems: A review of research from document retrieval to knowledge-based systems*. British Library.

Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação: Uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto editora.

Boustany, J. (2015). Information Behaviors and Information Literacy Skills of LIS Students: An International Perspective. *Journal of Education for Library and Information Science*, 56(1), S80-S99. 10.12783/issn.2328-2967/56/S1/9.

Bryman, A. (2012). *Social methods research* (4^a). Oxford University Press.

Capurro, R., & Hjørland, B. (2003). The concept of information. *Annual review of information science and technology*, 37(1), 343–411.

Cardoso, G., Espanha, R., & Lapa, T. (2009). *Do quarto de dormir para o mundo: Jovens e media em Portugal*. Âncora Editora.

Case, D. O. (2006). Information behavior. *Annual Review of Information Science and Technology*, 40(1), 293–327.

Case, D. O. (2007). *Looking for information: A survey of research on information seeking, needs, and behavior* (2nd ed). Elsevier/Academic Press.

Chatman, E. A. (2000). Framing social life in theory and research. *The New Review of Information Behaviour Research*, 1, 3–17.

Chaumier, J. (1974). *Les techniques documentaires* (2^a). Presses universitaires de France.

Chavez, C. (2008). *Conceptualizing from the Inside: Advantages, Complications, and Demands on Insider Positionality*. 13(3), 474–494.

Cole, C. (2011). A theory of information need for information retrieval that connects information to knowledge. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1216–1231. <https://doi.org/10.1002/asi.21541>

Comissão Europeia. (2019). *Declaração da Comissão Europeia por ocasião do Dia Internacional da Mulher de 2019*. CITE - Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego. <http://cite.gov.pt/pt/destaques/noticia878.html>

Comissão Europeia. (2019). *She Figures 2018*, 1–216. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9540ffa1-4478-11e9-a8ed-01aa75ed71a1>

Courtright, C. (2007). Context in Information Behavior Research. *Annual Review of Information Science and Technology*, 41(1), 273–306.

Daymon Worldwide. (2016). *The Next World: How Millennials Will Shape Retail*.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage handbook of qualitative research* (3^a). Sage Publications, Inc.

Dervin, B. (1983). *An overview of sense-making research: Concepts, methods, and results to date*. The Author.

Dewey, J. (1960). *On Experience, Nature, and Freedom*. The Liberal Arts Press.

Dubbeldam, I., Sanders, J., Spooren, W., Meijman, F. J., & van den Haak, M. (2018). Motives for Health Information Behavior: Patterns More Refined Than Traditional Dichotomies. A Study Among Women in a Cervix Treatment Process. *Journal of Consumer Health on the Internet*, 22(2), 126–141. <https://doi.org/10.1080/15398285.2018.1425071>

Ehlers, U.-D., & Kellermann, S. A. (2019). *Future Skills: The future of learning and higher education. Results of the international Future Skills Delphi Survey*.

European Ministers of Education. (1999). *The Bologna Declaration of 19 June 1999*. <http://www.ehea.info/cid100210/ministerial-conference-bologna-1999.html>

Fourie, I. (2004). A Theoretical model for studies on web information-seeking behaviour In ProLISSA. Progress in Library and Information Science in Southern Africa. *Proceedings of the third biennial DISSAnet Conference*, 67–96.

Freitas, C. (2017). O futuro é hoje: Perfis e competências dos profissionais da informação para a curadoria digital. *Encontro Curadoria Digital–Estratégias e experiências: atas*, 28–39.

Gomes, P. J. M. (2014). *Influência das práticas de gestão de recursos humanos no desempenho organizacional, estudo do caso no setor bancário angolano*. Universidade Aberta.

Google. (sem data). From the garage to the Googleplex. Consultado no dia 20 de janeiro de 2020. <https://about.google/our-story/>

Greifeneder, E. (2014). Trends in information behaviour research. *Proceedings of ISIC: the information behaviour conference*.

Gunter, B., Rowlands, I., & Nicholas, D. (2009). *The Google Generation: Are ICT innovations changing information-seeking behaviour?* Chandos Publishing.

Henriques, R. (2017). Mestrado «Gestão e Curadoria da Informação». *Encontro Curadoria Digital—Estratégias e experiências: atas*, 44–47.

Higgins, S. (2008). *The DCC curation lifecycle model*. <http://www.dcc.ac.uk/resources/curation-lifecycle-model>

Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, 19–32. Sage Publications.

Kim, J., Warga, E., & Moen, W. (2013). Competencies required for digital curation: An analysis of job advertisements. *International Journal of Digital Curation*, 8(1), 66-83. <https://doi.org/10.2218/ijdc.v8i1.242>

Koja-Odongo, R., & Mostert, R. (2006). Information seeking behaviour: A conceptual framework. *South African Journal of Libraries and Information Science*, 72(3), 145–158. <https://doi.org/10.7553/72-3-1112>

Krikelas, J. (1983). Information-seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel library quarterly*, 19(2), 5–20.

Kuhlthau, C. C. (1993). A principle of uncertainty for information seeking. *Journal of documentation*, 49(4), 339–355.

Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (M. A. Marconi, Trad.; 5ª). Atlas.

Lanzi, L. A. C., Vechiato, F. L., Ferreira, A. M. J. F. da, Vidotti, S. A. B. G., & Casarin, H. de C. S. (2012). Tecnologias de Informação e Comunicação no cotidiano dos

adolescentes: Enfoque no comportamento e na competências informacionais da geração Google. *Informação & Informação*, 17(3), 49–75. <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2012v17n3p49>

Lopes, C. A., & Pinto, M. (2016). Autoavaliação das competências de informação em estudantes universitários – IL-HUMASS: estudo quantitativo (Parte II). *Cadernos BAD*, 1, 41–68.

Marktest Consulting. (2019). *Os Portugueses e as Redes Sociais 2019: Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais*.

McKenzie, P. J. (2003). A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. *Journal of documentation*, 59.

Melão, D. (2012). Nativos digitais ou navegadores errantes? Educação para os média e formação de leitores no século XXI. *Atas 7.º congresso da SOPCOM. Meios culturais e indústrias criativas—os efeitos e os desafios da globalização*, 2971–2985.

Merriam-Webster. "Information". Consultado no dia 28 de setembro de 2019. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/information>

NOVA FCSH. NOVA FCSH elabora plano para a igualdade do género e diversidade 2020-2021. Consultado no dia 2 de agosto de 2020. <https://www.fcsh.unl.pt/nova-fcsh-elabora-plano-para-a-igualdade-do-genero-e-diversidade-2020-2021/>

NOVA IMS. Mestrado em Gestão e Curadoria da Informação. Consultado no dia 4 de março de 2020. <https://www.novaims.unl.pt/mgci>

Mutshewa, A. (2007). A theoretical exploration of information behaviour: A power perspective. *Aslib proceedings*, 59, 249–263.

Nel, M. (2015). *Information needs, information seeking behaviour and information use behaviour of researchers at the Faculty of Veterinary Science, University of Pretoria and how these needs are being met by the information support delivered by the Jotello F Soga Library*. University of Pretoria.

Ochôa, P. (2012). *Transições profissionais na sociedade de informação em Portugal: Percursos identitários e ciclos de competências de bibliotecários portugueses (1973-2010)*. Universidad de Alcalá de Henares.

Ochôa, P. (2017a). Painel «Perfis e competências profissionais». *Encontro Curadoria Digital—Estratégias e experiências*, 62–65.

Ochôa, P. (2017b). Perfis e competências I-D: Da transformação identitária e gestão de carreiras à gestão de talentos. Em *Gestores de Informação para o século XXI*. A. Terra & M. Carvalho (Eds.).

Ochôa, P., & Pinto, L. G. (2015). Desenvolvimento de competências em Ciência da Informação: Experiências de cocriação em contexto académico. *Actas do Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas*, 12. <https://bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/1238>

Olszak, C., & Zurada, J. (2019). Big data-driven value creation for organizations. *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.

Pathak, P., & Maity, G. (2017). Gender-Specific Information Seeking Behaviour. *International Journal of Digital Library Services*, 7(1), 47–59.

Pendleton, V. E., & Chatman, E. A. (1998). Small world lives: Implications for the public library. *Library trends*, 46, 732–752.

Pinto, L. G., & Ochôa, P. (2006). *A imagem das competências dos profissionais de informação-documentação*. Observatório da profissão de informação-documentação.

Pires, I. (2020). #frenteafrente. *30 anos Público*, XXXI (10907).

Poirier, L. & Robinson, L. (2014). Informational balance: slow principles in the theory and practice of information behaviour. *Journal of Documentation*, 70(4), 687-707. <http://dx.doi.org/10.1108/JD-08-2013-0111>.

Rees, C. E., & Bath, P. A. (2001). Information-seeking behaviors of women with breast cancer. *Oncology Nursing Forum*, 28(5), 899–907.

Reyes, A., Barreto, C., Cerdeirinha, J., Guedes, M., Teixeira, P., & Néó, S. (2017). GESTOR E CURADOR DA INFORMAÇÃO: tendências, perfis e estratégias de reconhecimento. *Páginas a&b: arquivos e bibliotecas*, 3–15.

Robson, A., & Robinson, L. (2013). Building on models of information behaviour: Linking information seeking and communication. *Journal of documentation*, 69(2), 169–193.

Rowlands, I., Nicholas, D., Williams, P., Huntington, P., Fieldhouse, M., Gunter, B., Withey, R., Jamali, H. R., Dobrowolski, T., & Tenopir, C. (2008). The Google generation: The information behaviour of the researcher of the future. *Aslib proceedings: New Information Perspectives*, 60, 290–310. <https://doi.org/10.1108/00012530810887953>

Sahavirta, H. (2018). A Garden on the Roof Doesn't Make a Library Green. *Going Green: Implementing Sustainable Strategies in Libraries Around the World: Buildings, Management, Programmes and Services*, 177, 5–21.

Savolainen, R. (2012). Conceptualizing information need in context. *Information Research*, 14(4). <http://InformationR.net/ir/17-4/paper534.html>

Savolainen, R. (2016). Elaborating the conceptual space of information-seeking phenomena. *Information Research*, 21(3). <http://InformationR.net/ir/21-3/paper720.html>

Scherger, S. (2012). *Concepts of generation and their empirical application: From social formations to narratives—a critical appraisal and some suggestions* (Working Paper). CRESC, University of Manchester.

Schneider, S., & Schmitt, C. J. (1998). O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. *Cadernos de Sociologia*, 9, 49–87.

Silva, A. M. da. (2010). A Pesquisa e suas aplicações em Ciência da Informação: Implicações éticas. *Ética da Informação: conceitos, aboragens, aplicações*, 106–125.

Silva, A. M. da. (2016). Modelos e modelizações em Ciência da Informação: O modelo ELIT.PT e a investigação em literacia informacional. In *A literacia da informação em Portugal: Um diagnóstico, um modelo e uma reflexão prospetiva (2007-2010)* (pp. 180–215). CETAC.MEDIA/Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Silva, G., Fernandes, M., & Aleixo, M. (2019). Comportamento informacional e literacia digital: Uma experiência pedagógica. *Literacia, Media e Cidadania: Livro de Atas do 5º Congresso*, 424–436.

Sonnenwald, D. H., & Iivonen, M. (1999). An integrated human information behavior research framework for information studies. *Library & information Science research*, 21(4), 429–457.

Souza, K., & Silva, B. (2013). Nativos Digitais: Atreve-te a empreender. *Nas pegadas das Reformas Educativas*. I Colóquio Cabo-Verdiano, Cabo Verde.

Spink, A., & Cole, C. (2004). Introduction to information seeking research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(8), 657–659.

Spink, A., & Cole, C. (2006). Human information behavior: Integrating diverse approaches and information use. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 57(1), 25–35.

Steinerová, J., & Šušol, J. (2007). Users' information behaviour—A gender perspective. *Information Research*, 12(3). <http://InformationR.net/ir/12-3/paper320.html>

Swan, A., & Brown, S. (2008). *The skills, role and career structure of data scientists and curators: An assessment of current practice and future needs*. Key Perspectives Ltd.

Tamayo Rueda, D., & Meneses Placeres, G. (2018). Comportamiento informacional: Revisión de teorías posibles para su estudio. *E-Ciencias de la Información*, 8(2), 83–101. <https://doi.org/10.15517/eci.v8i2.32441>

Taylor-Sakyl, K. (2016). Big data: Understanding big data. *arXiv preprint arXiv:1601.04602*.

Telefonica & Financial Times. (2013). Global Millennial Survey.

Terra, A. L. (2017). Práticas informacionais dos futuros profissionais da informação: enfoque na avaliação da informação. In E. C. dos Santos, A. K. A. da Silva, & E. T. G. de Carvalho (Eds.), *Arquivologia: história, tipologias e práticas profissionais*, 291–318.

The Future of Jobs: Employment, skills and workforce strategy for the fourth industrial revolution (Global Challenge Insight Report). (2016). World Economic Forum.

Torres, A. (2016). Por que precisamos de Estudos de Género, Feministas e Estudos sobre as Mulheres? *1º Congresso Internacional do CIEG, Centro Interdisciplinar de Estudos de Género*, 1–8.

UN Women. (sem data). *Women and the Sustainable Development Goals (SDGs)*. UN Women. Consultado no dia 26 de maio de 2020. <https://www.unwomen.org/en/news/in-focus/women-and-the-sdgs>

University College London. (2008). *Information Behaviour of the Researcher of the Future*. University College London.

Urquhart, C., & Yeoman, A. (2010). Information behaviour of women: Theoretical perspectives on gender. *Journal of Documentation*, 66(1), 113–139. <https://doi.org/10.1108/00220411011016399>

Vakkari, P. (2008). Trends and approaches in information behaviour research. *Information Research*, 13(4).

Vaz, F. A. L. (2006). A formação em Ciências da Informação e da Documentação. *Cadernos BAD*, 1, 68-76.

Vilelas, J. (2009). *Investigação—O processo de construção do conhecimento*. Edições Sílabo, Lda.

Warner, D., & Procaccino, J. D. (2004). Toward wellness: Women seeking health information. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(8), 709–730.

Werneck, V. R. (2006). Sobre o processo de construção do conhecimento: o papel do ensino e da pesquisa. *Ensaio: avaliação e políticas públicas em educação*, 14(51), 173-196.

Whittle, S. R., & Eaton, D. G. M. (2001). Attitudes towards transferable skills in medical undergraduates. *Medical Education*, 35(2), 148–153.

Wilson, T. D. (1981). On user studies and information needs. *Journal of Documentation*, 37(1), 3–15. <https://doi.org/10.1108/eb026702>

Wilson, T. D. (1994). *Information needs and uses: Fifty years of progress? Vol. Fifty years of information progress: a Journal of Documentation review*. B.C. Vickery.

Wilson, T. D. (1997). Information behaviour: An interdisciplinary perspective. *Information Processing & Management*, 33(4), 551–572. [https://doi.org/10.1016/S0306-4573\(97\)00028-9](https://doi.org/10.1016/S0306-4573(97)00028-9)

Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of documentation*, 55(3), 249–270.

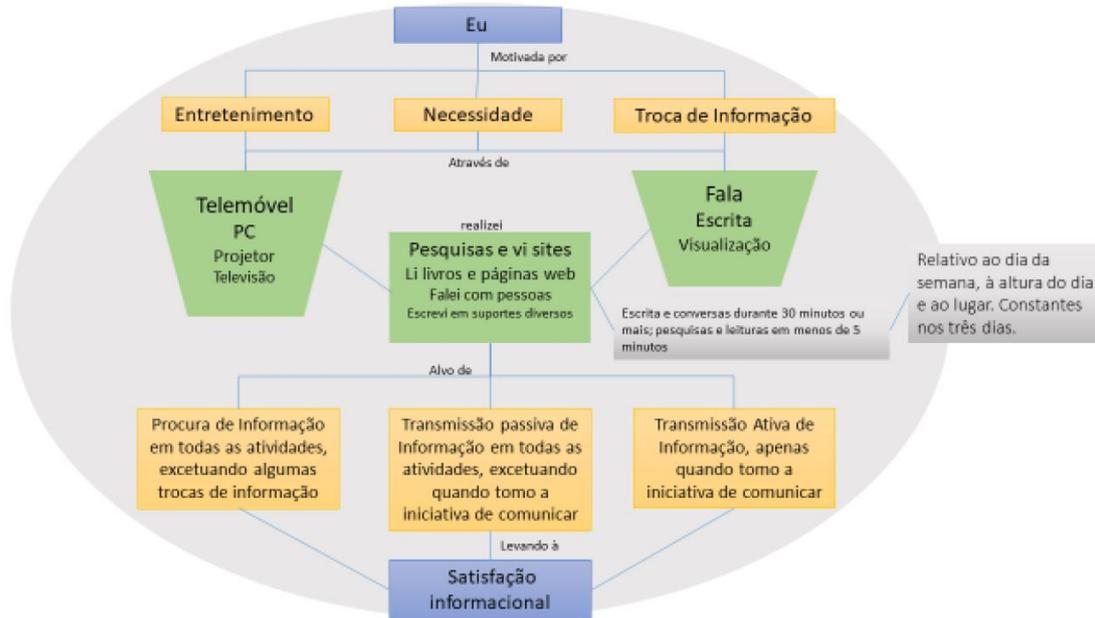
Wilson, T. D. (2000). Human Information Behavior. *Informing Science*, 3(2), 49–54.

Wilson, T. D. (2006). A Re-Examination of Information Seeking Behaviour in the Context of Activity Theory. *Information Research*, 11(4).

Zipf, G. K. (1949). *Human behavior and the principle of least effort: An introduction to Human Ecology*. Addison-Wesley Press.

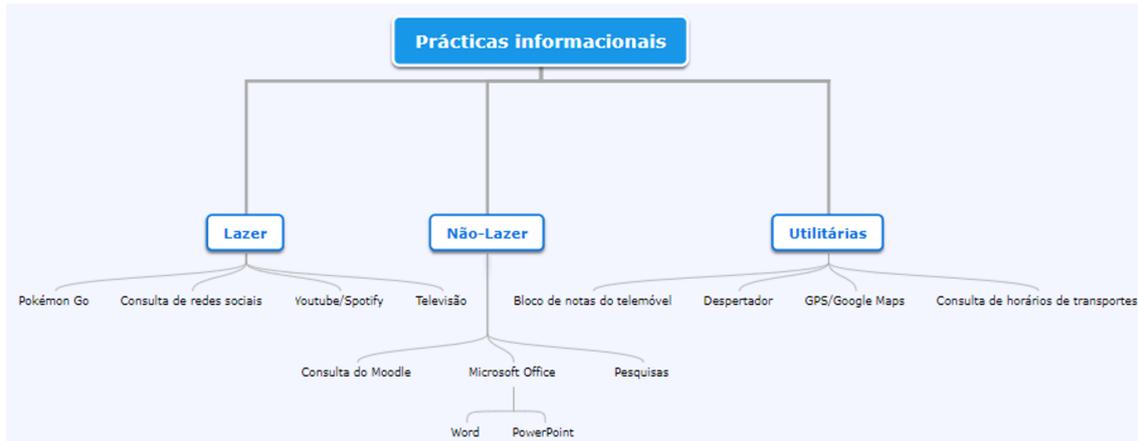
Anexos

Estudante 1 (geração Google): Modelo de comportamento informacional



Estudante 2 (geração Google): Três modelos de comportamento informacional

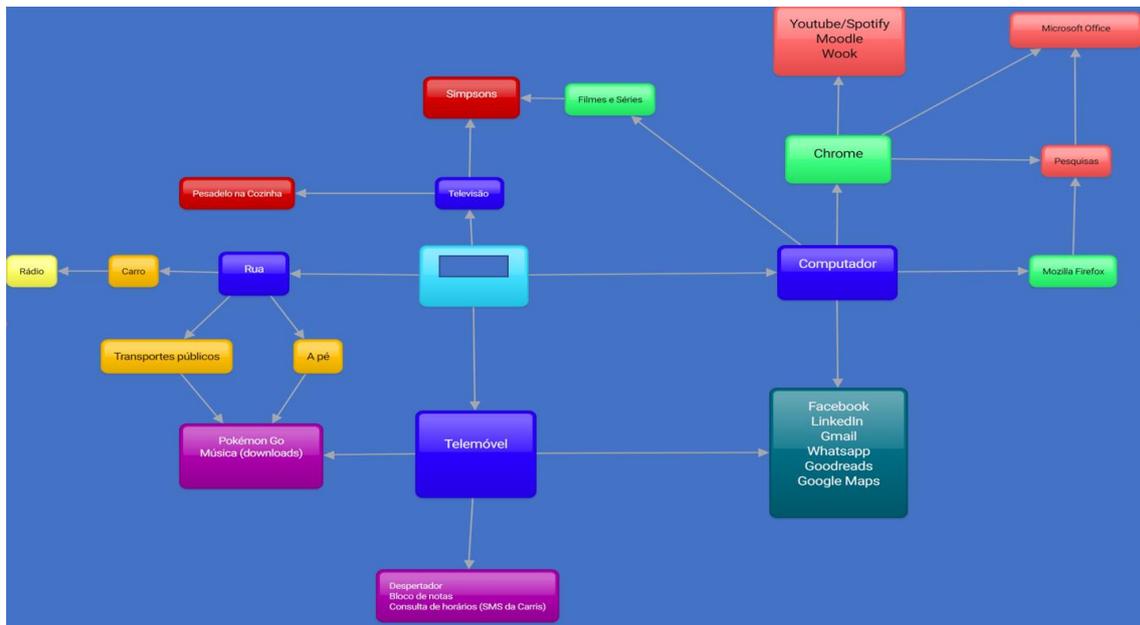
1º modelo:



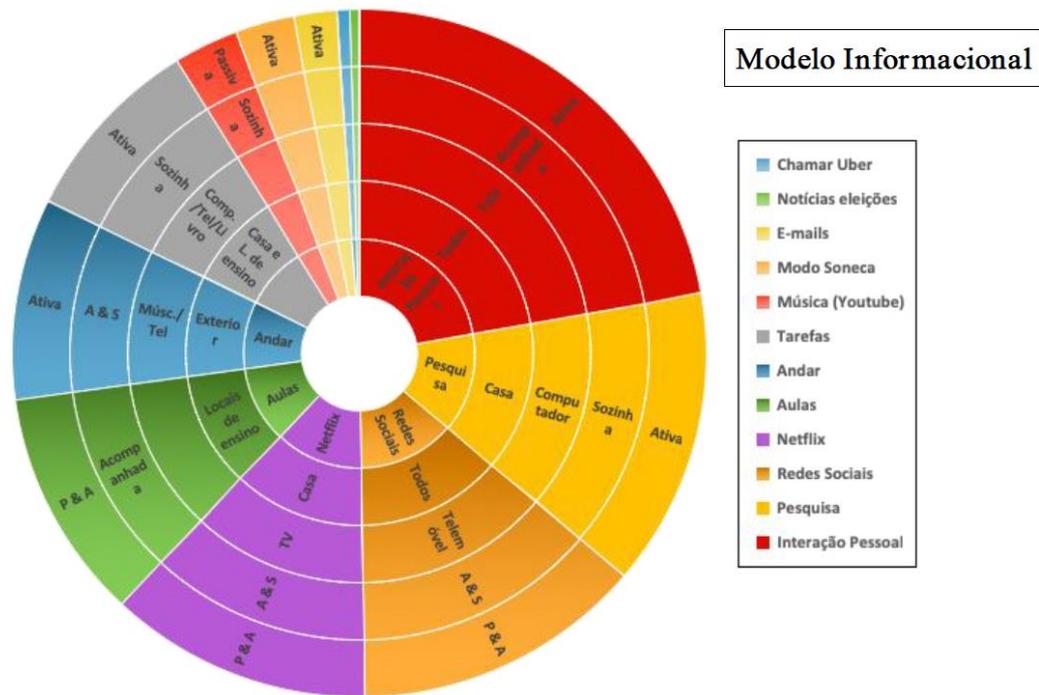
2º modelo:



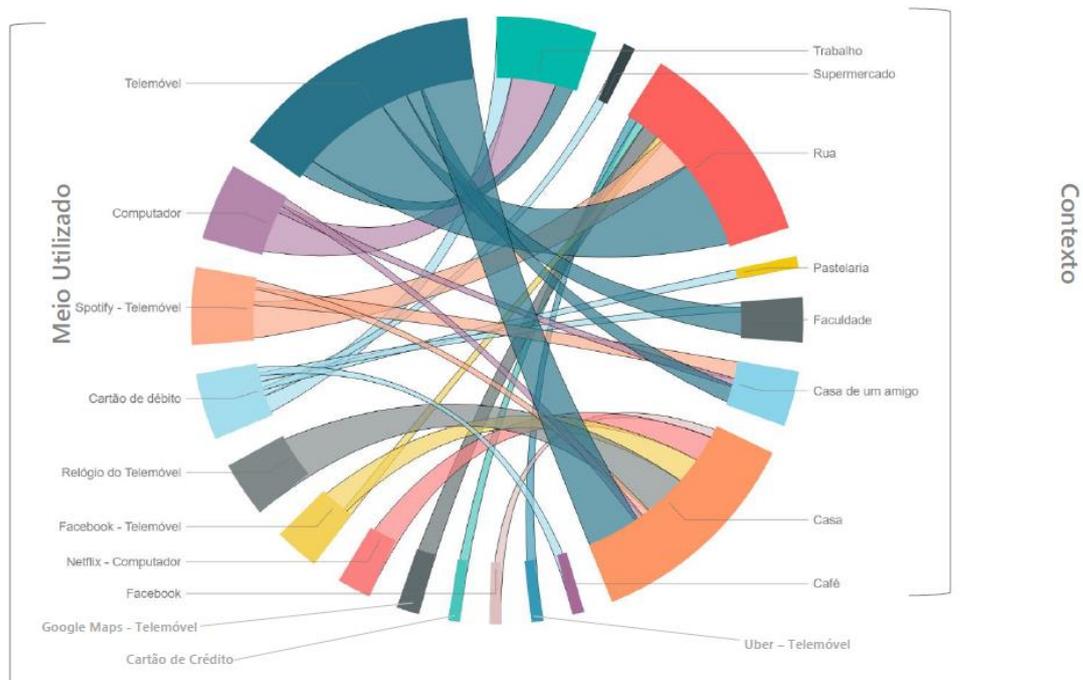
3º modelo:



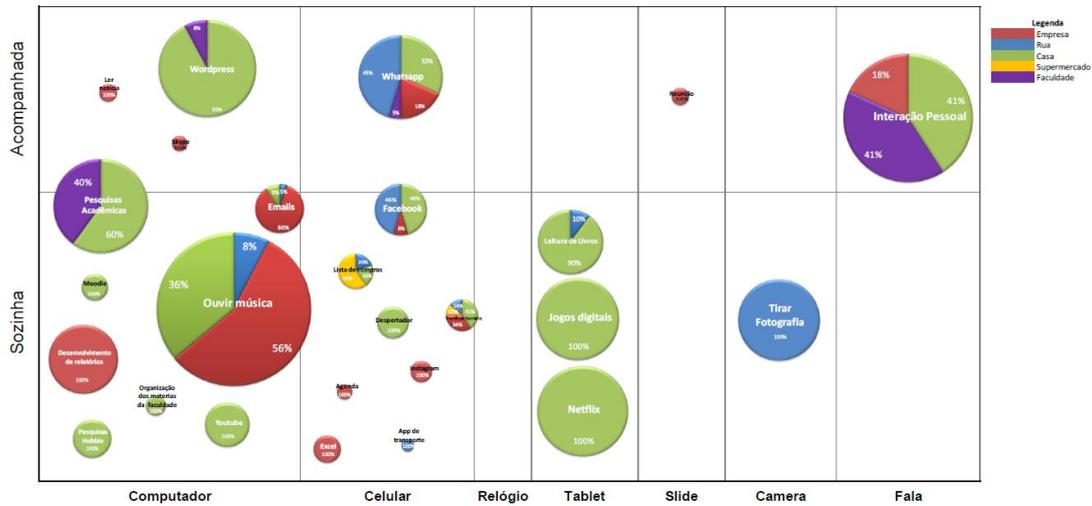
2º modelo:



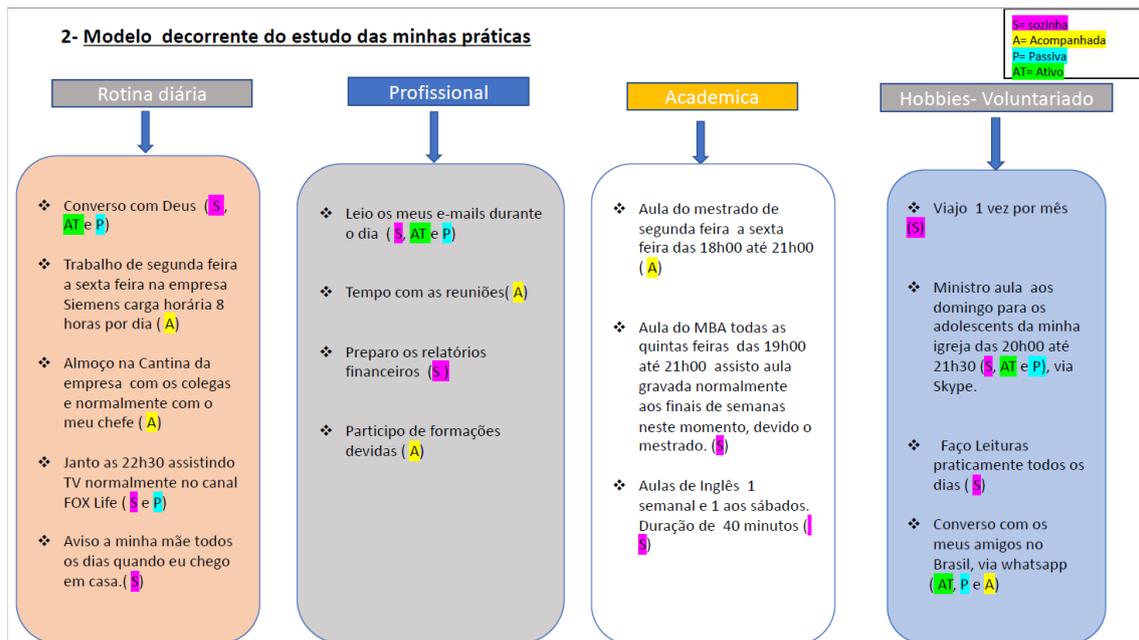
Estudante 5 (geração Google): Modelo de comportamento informacional



Estudante 6 (geração Y): Modelo de comportamento informacional



Estudante 7 (geração Y): Modelo de comportamento informacional



Estudante 10 (geração Y): Modelo de comportamento informacional

