



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

ADRIANO EDNEY SANTOS DE OLIVEIRA

**ESTUDO SOBRE METODOLOGIAS PARA IDENTIFICAÇÃO DE NECESSIDADES
DE INFORMAÇÃO DE USUÁRIOS EM ESPAÇOS MUSEOLÓGICOS SOB A
ÓTICA DA INTERAÇÃO HUMANA**

Recife

2018

ADRIANO EDNEY SANTOS DE OLIVEIRA

**ESTUDO SOBRE METODOLOGIAS PARA IDENTIFICAÇÃO DE NECESSIDADES
DE INFORMAÇÃO DE USUÁRIOS EM ESPAÇOS MUSEOLÓGICOS SOB A
ÓTICA DA INTERAÇÃO HUMANA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como um dos requisitos acadêmicos parciais para obtenção do Título de Mestre.

Linha de pesquisa: Comunicação e Visualização da Memória

Orientador: Prof. Dr. Raimundo Nonato Macedo dos Santos

Recife

2018

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

O48e Oliveira, Adriano Edney Santos de
Estudo sobre metodologias para identificação de necessidades de informação de usuários em espaços museológicos sob a ótica da interação humana / Adriano Edney Santos de Oliveira. – Recife, 2018.
142 f.: il., fig.

Orientador: Raimundo Nonato Macedo dos Santos.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2018.

Inclui referências e apêndice.

1. Necessidades de informação. 2. Interação humana. 3. Museus. 4. Metodologias. I. Santos, Raimundo Nonato Macedo dos (Orientador). II. Título.

020 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2018-203)



Serviço Público Federal

Universidade Federal de Pernambuco

Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação - PPGCI

ADRIANO EDNEY SANTOS DE OLIVEIRA

***ESTUDO SOBRE METODOLOGIAS PARA IDENTIFICAÇÃO DE NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO DE
USUÁRIOS EM ESPAÇOS MUSEOLÓGICOS SOB A ÓTICA DA INTERAÇÃO HUMANA***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Ciência da Informação.

Aprovada em: 27/02/2018

BANCA EXAMINADORA

Prof. D^r Raimundo Nonato Macedo dos Santos (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a D^{ra} Emanuela Sousa Ribeiro (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a D^{ra} Májory Karoline Fernandes de Oliveira Miranda (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Murilo Arthur da Silveira (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco



PPGCI/UFPE

Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação
Av. da Arquitetura, S/N - Cidade Universitária CEP 50740-550
Recife/PE - Fone/Fax: (81) 2126-7728 / 7754
www.ufpe.br/ppgci - E-mail: ppgci@ufpe.br



AGRADECIMENTOS

Agradeço de forma igualitária a todas as pessoas que possibilitaram o desenvolvimento e conclusão deste trabalho, mesmo sem consciência desse feito, pois contribuíram de forma sempre positiva para meu crescimento pessoal, intelectual e profissional.

Entretanto, dedico agradecimento especial para os professores do PPGCI, cada qual, de alguma forma, propiciaram o conhecimento e crescimento pessoal e profissional, permitindo a realização e conclusão deste trabalho.

À professora Emanuela Sousa Ribeiro (admirável mentora), por possibilitar que as ideias dessa pesquisa ganhassem corpo e perfil científico. À Bruno de Melo Araújo pelos conhecimentos e apoios para a realização dessa pesquisa.

À minha mãe, ao meu irmão, por todo apoio, ajuda e compreensão. À Alessandra, valiosa, graciosa e linda parceria, à quem devo perfeita conclusão deste trabalho.

A todos que fazem e passaram pelo Museu de Minerais e Rochas, compreendendo as necessidades de debater em conjunto alguns aspectos que iluminaram os rumos dessa pesquisa e suportando atribulados momentos de convivência.

À Vanessa Suelen por ter me estimulado a concluir o projeto que me permitiu entrar para o mestrado e demais apoios, principalmente de crescimento pessoal.

Aos colegas do mestrado, pela companhia, parcerias e amizade.

Por fim, ao meu orientador Raimundo Nonato, pela paciência e confiança. Por fim, agradeço à Banca Examinadora, pela disposição em avaliar esta pesquisa e orientá-la, contribuindo para sua melhoria.

RESUMO

Realiza uma análise crítica de metodologias para identificação da necessidade de informação de usuários de museus viabilizada pela interação humana. A interação humana está funcionalmente presente na mediação da informação em museus, portanto, é elemento que pode contribuir para a satisfação da necessidade de informação. Entende-se necessidade de informação como um estado abstrato de percepção, por um indivíduo, de uma lacuna cognitiva que limita sua compreensão e atuação com o seu meio. Este estado é força motriz para buscar informações que completem a lacuna. Para os fins previstos, foi realizado o levantamento bibliográfico sobre princípios e diretrizes da Ciência da Informação e Museologia, estudo de usuários de informação, necessidade de informação, mediação museológica e mediação da informação. Foram selecionadas, para análise, metodologias que consideravam a interação humana como um meio de identificação da necessidade de informação. Foram selecionadas três metodologias, das quais, a elaborada por Yves Le Coadic (1998), foi a que apresentou contribuições reais à identificação de necessidades de informação com participação de intermediários – promovendo a interação humana no processo de busca e troca de informações. Por sua qualificação, a metodologia de Le Coadic (1998) foi utilizada para a elaboração de considerações sobre a sua adaptabilidade, usabilidade e aplicabilidade em museus, possibilitando indicar elementos importantes para a construção de uma metodologia apropriada para espaços museais. Os resultados obtidos, através da aplicabilidade da metodologia selecionada em cenários de interação dialógica entre usuários e mediadores no museu, apresentaram os profícuos benefícios, e dificuldades, de aplicação do método selecionado para a realidade do museu de tipologia proposta pela pesquisa. A necessidade de informação identificada possibilita aos gestores e trabalhadores de museus a oferecerem serviços adequados e qualificados às demandas de seus usuários, dispondo de informações úteis para as necessidades e realidades individuais e coletivas dos usuários.

Palavras-chave: Necessidades de informação. Interação Humana. Museus. Metodologias.

ABSTRACT

The study presents a critical analysis of methodologies to identify the need for information from museum users made viable by human interaction. Human interaction is functionally present in the mediation of information in museums, therefore, it is an element that can contribute to the satisfaction of the need for information. It is understood information need as an abstract state of perception, by an individual, of a cognitive gap that limits their understanding and acting with their environment. This state is the driving force for seeking information that completes the gap. For the intended purposes, a bibliographical survey was carried out on principles and guidelines of Information Science and Museology, study of information users, information needs, museological mediation and information mediation. Were selected, for analysis, methodologies that considered human interaction as a means of identifying the information need. Three methods were selected, of which, a elaborate for Yves Le Coadic (1998) was the one presented real contributions to the identification of information needs with the participation of intermediaries - promoting human interaction in the process of searching and exchanging information. For its qualification, the methodology of Le Coadic (1998) was used to elaborate considerations about its adaptability, usability and applicability in museums, making it possible to indicate important elements for the construction of an appropriate methodology for museum spaces - if necessary. The results obtained, through the applicability of the selected methodology in scenarios of dialogic interaction between users and mediators in the museum, presented the fruitful benefits, and difficulties, of applying the selected method to the reality of the typology museum proposed by the research - traditional museums. The need for identified information enables museum managers and workers to offer adequate and qualified services to the demands of their users, providing information that is useful for the needs and the individual and collective realities of the users.

Keywords: Information Need. Human Interaction. Museum. Methodology.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA.....	13
1.2	JUSTIFICATIVA.....	13
1.3	OBJETIVOS.....	15
1.3.1	Objetivo geral:	15
1.3.2	Objetivos específicos:	15
1.4	METODOLOGIA	15
1.5	ESTRUTURA DA PESQUISA	18
2	INFORMAÇÃO E MUSEUS	19
2.1	INFORMAÇÃO: CONCEITOS E ENTENDIMENTOS ESSENCIAIS	20
2.1.1	Da produção, comunicação e uso da informação	22
2.1.2	A qualidade da informação: a informação útil.....	24
2.2	DIÁLOGOS INTERDISCIPLINARES: A INFORMAÇÃO NOS MUSEUS	26
2.3	CONTRIBUIÇÕES REAIS DA CI PARA A MUSEOLOGIA	34
2.4	CONTRIBUIÇÃO IMPORTANTE: A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO.....	37
2.5	A MEDIAÇÃO MUSEOLÓGICA: ENTRELACES COM A CI.....	44
3	NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO	50
3.1	CONSIDERAÇÕES INTRODUTÓRIAS	52
3.1.1	Tipos de necessidade de informação	60
3.1.2	Fatores de influência sobre as necessidades de informação	64
3.1.3	Razões que estimulam o surgimento das necessidades de informação.....	65
3.1.4	Formas de interação com o serviço de informação	68
3.1.5	Características das necessidades de informação relacionadas aos museus.....	69
3.2	A IMPORTÂNCIA DA IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO	69
3.3	ESTUDOS PARA INVESTIGAÇÃO DA NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO ...	72
3.4	COMO SABER QUAL A MELHOR METODOLOGIA INVESTIGATIVA?.....	73
4	VIAS DE INVESTIGAÇÃO DAS NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO.....	76
4.1	ESTUDO DE USUÁRIOS.....	77
4.2	METODOLOGIAS DIRIGIDAS.....	83
4.2.1	Metodologias proposta por Devadason e Pratap Ligam:	83
4.2.2	Metodologia proposta por Calva González.....	86
4.2.3	Metodologia proposta por Yves Le Coadic.....	90

4.3	CONSIDERAÇÕES SOBRE AS METODOLOGIAS APRESENTADAS.....	100
4.4	QUESTÕES AVALIATIVAS DAS METODOLOGIAS.....	105
4.5	VEREDITO: avaliação das qualificações da metodologia de Yves Le Coadic.....	109
4.5.1	Considerações prévias do autor x expectativas da Museologia.....	109
4.5.2	Avaliação de cenários.....	112
4.5.3	Considerações de aplicação em outros cenários.....	121
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	122
	REFERÊNCIAS.....	129
	APÊNDICE 1.....	140

1 INTRODUÇÃO

Como unidade de informação, o museu deve oferecer aos seus visitantes, informações que os permitam adquirir conhecimentos sobre a cultura e memória de uma parcela da sociedade, de uma comunidade ou contexto social. Ou ainda, para obterem conhecimentos de ordem científica, relacionados ao desenvolvimento de estudos e práticas das diversas ciências que procuram elucidar a natureza física e humana (SANTOS, 2011).

Diferente das bibliotecas e arquivos, os museus trabalham com informações contidas em artefatos¹. Compreende-se por artefatos as representações materiais que comprovam a existência e os conhecimentos humanos (FERREZ, 1991). Nas palavras Lara Filho (2009) e Burch (2005) artefatos são também registros do saber humano, carregados de significados e que, ao serem interpretados dentro de um contexto, se revelam fontes de informações que transformam o indivíduo e a sua comunidade

Quais sejam as razões que levam o indivíduo a visitar o museu – estudo, lazer, curiosidade - a expectativa é de que ele saia de lá com conhecimentos que o permitam ter uma noção e visão transformada de seu mundo. Portanto, para se tornarem relevantes, as informações transmitidas pelo museu devem atender e ser útil à demanda social, pessoal (cognitiva e psicológica) ou profissional, trazida pelo indivíduo visitante, garantindo-lhe a total compreensão e apreensão, visando a sua reprodução ou seu uso.

Em razão de atender a expectativa acima, os gestores de museus e museólogos precisam estar aptos a trabalhar a “informação museológica” (MIKAILOV, 1980, p. 73 apud CASTRO,

¹ Esta perspectiva reflete as premissas e paradigmas do que se cunha como perfil de museu tradicional, cujo interesse material e custodial – tutela dada à uma instituição ou a uma pessoa, o colecionador - tem maior prevalência (BOTTALLO, 1995). Normalmente, em seu perfil tradicional, o museu retira o bem cultural de seu local de origem, registra, preserva e expõe em local controlado, sendo interpretado e tendo informações sobre si mediadas por um indivíduo. Este perfil difere-se da perspectiva apresentada pela Nova Museologia (VARINE-BOHAN, 1976; SCHEINER, 2012), na qual, pelo conceito de museu integral, o acervo museológico pode não ser apenas material e não prescinde da sua remoção do local de origem. A Nova Museologia abre-se a percepção de coleções (ou acervos) formados também por elementos metafísicos (o saber fazer, representações semânticas, imateriais), elementos naturais, conjuntos de elementos constitutivos ou formador de um território ou comunidade. Para além, a necessidade de custódia – institucional ou pessoal - não se torna mais necessária, a própria comunidade é a responsável por sua preservação, interpretação e disseminação de informações. No paradigma da Nova Museologia, a representatividade, o saber e os significados destes elementos são apreendidos pela sua interpretação conjunta com o espaço, o tempo e a memória social ao qual se vincula (SCHEINER, 2012). Os paradigmas das duas percepções da museologia podem ser aplicados harmonicamente, ou seja, a aplicabilidade das diretrizes e padrões não impede ou elimina a aplicação de diretrizes e padrões da outra.

1999, p. 16) em suas diferentes perspectivas de uso, oferecendo meios e recursos que satisfaçam as necessidades informacionais de seus visitantes.

Portanto, estudar seus usuários, para conhecê-los e saber suas necessidades informacionais se torna imprescindível. Neste sentido, em complemento específico aos conhecimentos museológicos, a Ciência da Informação (CI) oferece a epistemologia necessária para estudar os usuários da informação nas diferentes unidades de informação concebíveis (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 118)

Nos estudos de usuários promovidos pela CI, o indivíduo é observado como peça-chave para determinar os processos e fluxos de tratamento, gestão, mediação e disseminação da informação das distintas unidades de informação. Em outras palavras, é pelo indivíduo, preferencialmente ativo – o sujeito informacional² -, que a unidade de informação condicionará seus procedimentos para produção e estocagem da informação, assim como, os serviços a serem oferecidos para mediação, disponibilização e acesso da informação (LE COADIC, 1998).

Na perspectiva dos estudos de usuários, é o uso da informação pelo indivíduo quem recebe destaque (LE COADIC, 1996). Na fase final do ciclo da informação³ (o uso da informação), para que a informação seja útil aos fins pretendidos pelo usuário, o gestor da informação – ou da unidade de informação – necessita ter determinados os motivos que levam o usuário a procurar a informação, como procedem nesta procura e para quais fins a utilizará. Cientes desses aspectos, o desenvolvimento das demais etapas do Ciclo - produção e disseminação da informação - serão desenvolvidas com eficácia e economia.

Com finalidade de obter dados sobre essas motivações, a CI propõe a realização de estudos dos usuários da informação, os quais, para além das motivações que levam o usuário a procurar uma informação, torna possível traçar os perfis dos usuários, seus comportamentos e propósitos de busca e uso da informação e as necessidades de informação dos usuários (CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015; FIGUEIREDO, 1994).

Em destaque nos estudos de usuários, a identificação da necessidade de informação que o usuário possui é, provavelmente, a tarefa mais indispensável para o gestor da informação (LE

² Os sujeitos informacionais são “indivíduos que precisavam de informação, aqueles que recorriam aos serviços de informação, os produtores de recursos informacionais” (ARAÚJO, 2013a, p. 1). O assunto sujeitos informacionais será melhor trabalhado na segunda parte da pesquisa.

³ Ciclo da informação em contexto de sua dinâmica na sociedade.

COADIC, 1998). A necessidade da informação é considerada um elemento que interfere nas decisões comportamentais do sujeito que requer a informação (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007). Por esta ótica, ter identificada essa necessidade do usuário, possibilita que a informação a ser entregue seja útil à finalidade que ele deseja aplicar (LE COADIC, 1998)

No palco trazido através do debate acima, a CI apresenta à comunidade científica metodologias que se destinam ao estudo de usuários da informação (CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015; FIGUEIREDO, 1994), sobre estudos de usos da informação (DIAS; PIRES, 2004), sobre comportamento informacional (CALVA GONZÁLEZ, 2004) e sobre identificação das necessidades de informação (CALVA GONZÁLEZ, 2004; DEVADASON; PRATAP LINGAM, 1996; LE COADIC, 1998).

Essas metodologias, apesar de darem destaque ao cenário de relacionamentos existente nas bibliotecas, possuem generalidades que possibilitam sua adequação à estudos de usuários nas demais unidades de informação, como museus e arquivos. Porém, considerando as diferentes realidades e produtos oferecidos por cada uma delas, o pesquisador que realizar o estudo de usuário deve estar atento às peculiaridades que as definem e diferem, evitando o uso de métodos inadequados ou ineficientes.

É consenso entre os autores há pouco mencionados, que os estudos de usuários da informação se destinam a avaliar, com maior frequência, como os usuários buscam e usam os serviços das unidades de informação. Deste ponto, resulta a avaliação sobre a eficiência do sistema de informação, ou seja, se ele está satisfazendo, qualitativamente e quantitativamente, aos usuários

Esta avaliação pode ser realizada adotando-se até quatro abordagens distintas (CAPURRO, 2003; GRANDRA; DUARTE, 2012; ARAÚJO, 2013a), que se afinam aos diferentes paradigmas da Ciência da Informação.

A primeira abordagem, conhecida como tradicional, volta seu interesse em contabilizar o uso do sistema e de seus recursos pelos usuários. Realiza-se uma mensuração de dados obtidos pela forma que o usuário utiliza o sistema. Nessa abordagem, os perfis de usuário são amplamente considerados, procurando melhorar o sistema por suas características (GANDRA; DUARTE, 2012).

A segunda abordagem, conhecida como alternativa, é voltada para a análise do indivíduo, das suas necessidades informacionais. Está relacionada aos aspectos cognitivos, sociais e psicológicos que levam o usuário a procurar a unidade de informação para adquirir o conhecimento, para qual fim e em qual contexto ele deseja aplicá-lo (GANDRA; DUARTE, 2012)

A terceira abordagem se preocupa em entender contextos históricos e socioculturais no qual o usuário está inserido, o que pode indicar a intencionalidade de uso da informação que requisitou. Para Reis (2007), “estes estudos ajudam a reforçar o movimento de ampliação na agenda de pesquisas da CI” (apud GANDRA; DUARTE, 2012).

Propondo uma quarta abordagem dos estudos de usuário da informação, Araújo (2013a) observa a possibilidade de unificar todas as três abordagens anteriores, fortificando o estudo, por viabilizar a avaliação de diferente variáveis.

Dessa forma, é válido destacar que nestas abordagens o interesse nos estudos das necessidades de usuários da informação está presente desde o princípio das pesquisas científicas no campo: “[...] embora os primeiros estudos estivessem centrados nas necessidades dos usuários, [...] o que ocorreu foi o progressivo distanciamento dos usuários e uma constante aproximação das fontes de informação e das bibliotecas e sistemas de informação” (ARAÚJO, 2013a).

Sendo assim, a investigação das necessidades de informação não encontra como única via os estudos de usuários. Atualmente, essas identificações podem ser realizadas independentes dos estudos de usuários, proporcionando que as análises sobre os resultados obtidos sejam realizadas com maior agilidade.

As metodologias apropriadas, dirigidas exclusivamente à investigação das necessidades informacionais dos usuários, sem recorrer aos estudos de usuário, é assunto trabalhado pelas metodologias criadas por Calva González (2004), Devadason e Pratap Lingam (1996), Le Coadic (1998)

Para esta pesquisa, saber a posição do elemento “necessidade de informação” dentro dos estudos de usuários, bem como, nas metodologias dirigidas à sua investigação e identificação, em sintonia com as diferentes abordagens adotadas por estes estudos, é essencial. Assim, será possível qualificar o sistema de informação para atender às necessidades dos usuários da unidade de informação.

Outro elemento essencial para o desenvolvimento da pesquisa são os intermediários da informação (LE COADIC, 1998). No contexto deste trabalho, adotou-se por intermediário, o indivíduo, manipulador do sistema de informação, que se relaciona diretamente, frente a frente, com o requerente da informação, entregando-lhe recursos e informações que atendam a sua necessidade informacional (LE COADIC, 1998). Frisa-se, entretanto, que por razões de adequação aos termos museológicos, os intermediários serão chamados de mediadores.

Das metodologias dirigidas para identificação das necessidades de informação, a de Yves François Le Coadic volta-se completamente para compreensão da influência do mediador na satisfação da demanda do usuário por informação – as demais, focam seus esforços sobre a análise do sistema ou do indivíduo. Sua metodologia servirá de base para as críticas realizadas na pesquisa.

A pesquisa, por fim, tem como propósito oferecer aos gestores dos museus, aos museólogos e gestores das unidades de informações uma compilação dos elementos relacionados à identificação das necessidades de informação dos usuários de museus, abrindo espaço para a criação de um método apropriado de estudo, se necessário for, e, conseqüentemente, estratégias de satisfazer as necessidades apresentadas.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Qual a metodologia mais apropriada para identificação das necessidades de informação apresenta melhor possibilidade de utilização em espaços museológicos?

1.2 JUSTIFICATIVA

Nos museus, como locais de disseminação do conhecimento, é desejável que seus usuários possam usufruir das informações provenientes de seu acervo. Porém, nem sempre os gestores dos museus e os mediadores da informação museológica sabem qual informação o usuário necessita.

O campo epistemológico da Museologia apresenta poucas contribuições teóricas e metodológicas que orientem aos trabalhadores dos museus na realização de estudos com seus usuários sobre a temática informação.

Em verdade, estas orientações são quase inexistentes e as que existem são derivadas da Ciência da Informação. Apesar disso, as publicações focadas sobre a temática museu e estudos de usuários da informação providas da CI ainda são escassos, vide o resultado de levantamento apresentado no Anexo 1.

Ao todo, foram encontrados três estudos que abordam o assunto necessidade de informação em museus, entretanto, nenhum possuía foco na análise e indicação de procedimentos de realização da identificação dessas necessidades em museus, propriamente.

Vigoram na CI estudos voltados à biblioteca, raramente se referindo a aplicabilidade de quaisquer metodologias aos ambientes museológicos. Por sua parte, a Museologia oferece diretrizes para o estudo de usuários de museu, entretanto, não focam sobre o aspecto informacional desse espaço – como potencial gerador, disseminador e cambiador de conhecimento - recebendo atenção a análise das opiniões voltadas à estrutura do local, receptividade e atendimento dos mediadores, qualidade estética e de conteúdo da exposição e principalmente, a quantidade de público visitante, conforme seus diferentes perfis. (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2014/2016)

Como alternativa, as proximidades epistêmicas e relações interdisciplinares entre a CI e a Museologia, estabelecem oportunidades aos museus para a utilização pragmática, com as devidas reorientações, das metodologias de estudo de usuários destinados a bibliotecas, obtendo, desse modo, dados sobre os sujeitos que os visitam, decorrendo daí, identificar quais as informações procuram, por qual motivo e para qual fim (SILVA; RAMALHO, 2011).

Porém, a carência de uma metodologia específica, e que considere as variáveis decorrente da diversidade tipológica de museus, de seus visitantes e da missão para qual foi criado, pode resultar em desinteresse do gestor em explorar a questão do tratamento da informação focado em atender as necessidades de seus usuários.

Com isso, a pesquisa em tela se apresenta como uma via inicial para pensar na criação ou adequação para aplicação, de estudos para identificação da necessidade de informação dos usuários de museus com base nas metodologias existentes na CI.

Neste sentido, a pesquisa é fonte de provocação às bases epistemológica e pragmática da museologia. A partir do assunto base, necessidade de informação, de inédita reflexão em território brasileiro, diversas questões podem ser suscitadas, estudadas e posteriormente, se cabível, aplicadas.

A pesquisa se mostra, com forte evidência, tanto um reforço à parceria interdisciplinar entre a Museologia e a CI - revelando elementos e contextos essenciais para a construção de um modelo de método que permitirá aos museus e aos gestores de informação atuarem positivamente sobre a melhoria da disseminação e mediação da informação útil ao usuário – tanto um estímulo para que as luzes sobre o assunto em foco, ora apagadas, sejam ligadas, promovendo novos conhecimentos áreas do saber que se envolvem com o patrimônio cultural e mediação de saberes.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral:

Analisar modelos de processos para identificação da necessidade de informação de usuários de espaços museológicos baseados na interação humana.

1.3.2 Objetivos específicos:

- a) Compilar elementos e agentes envolvidos para realizar a identificação da necessidade de usuários de informação orientando-se para a sua contextualização em espaços museológicos;
- b) Analisar, a partir da Teoria Crítica, a metodologia de identificação da necessidade de informação criteriosamente selecionada;
- c) Propor elementos e procedimentos que permitam a identificação da necessidade de informação do usuário do museu com participação do mediador.

1.4 METODOLOGIA

A metodologia proposta para desenvolvimento da pesquisa contemplou a realização três etapas de reflexão e análise. Na primeira etapa foi realizada a pesquisa bibliográfica para levantamento e seleção de publicações que debatam sobre o usuário de informação nas perspectivas dos estudos de usuários, mediação da informação e da mediação museológica.

Foram prospectados e selecionados aspectos metodológicos que possibilitassem a identificação da necessidade de informação em unidades de informação, mesmo que sem foco específico de uso em espaços museológicos.

Ainda, nesta primeira etapa, são observados se os criadores das metodologias indicam os elementos, fatores e razões que interferem no surgimento e satisfação das necessidades do indivíduo, como também, se são propostas soluções ou procedimentos para que a investigação não sofra manipulação ou interferência dos elementos, fatores e razões indicados.

Como segunda etapa, foi analisado se as metodologias selecionadas atendiam a alguns critérios que as qualificavam como capazes serem aplicada, utilizada e/ou adequada às realidades, às diretrizes, às políticas institucionais e às situações do cotidiano dos museus.

Para atingir o objetivo da etapa, foram elaboradas oito questões que agregavam os critérios e requisitos das seguintes técnicas:

Ciclo PDCA - Este Ciclo tem por objetivo a melhoria contínua do processo, propondo o seu constante aperfeiçoamento. Ao atender aos critérios do Ciclo PDCA, a metodologia se mostrará capaz de se aplicada e/ou adequada as realidades, diretrizes e políticas institucionais, as situações do cotidiano de mediação dos usuários e a outras possíveis variáveis.

Para tal, o PDCA é realizado em quatro etapas: **Planejamento** – Definição das diretrizes, objetivos e métodos que precisam ser seguidos para a realização da atividade; **Execução** – É colocar o planejamento em prática, seguindo o pré-estabelecido de forma rigorosa; **Checagem** – Avaliar o que foi realizado, através de comparação entre o planejado e o realizado; **Ação** – Momento de correção das falhas encontradas (BEZERRA, 2014).

Os critérios do PDCA também possibilitaram verificar se as metodologias consideravam, para o seu uso, os fatores de influência, as tipologias de necessidades e outros elementos que podem interferir no surgimento e satisfação da necessidade.

Dimensões epistemológicas de pesquisa científica - Considerando, por analogia à pesquisa científica, que a investigação da necessidade de informação é uma [...] prática em constante transformação, é resultante de um contexto dinâmico de produção e reprodução de conhecimentos que se alternam [...] (BUFREM, 2013, p. 1), as questões verificam se as metodologias são elaboradas estruturalmente apresentando claramente às dimensões epistemológica, teórica, morfológica, política e ética.

Estas dimensões qualificam a metodologia ao garantir que diferentes aspectos científicos foram considerados e respeitados. De igual forma, importa que a metodologia direcione ao seu utilizar na elaboração e produção de processos com mesmas qualificações, perpetuando a garantia de realização do trabalho com bases e fins científicos.

Teoria Crítica – Por esta Teoria, o objeto de estudo e o campo de sua atuação são apresentados, assim como a forma ideal de sua aplicação, suas possibilidades e variantes que

levaram ao seu estabelecimento possibilitando a interposição de outros olhares, prismas, possibilidades e variantes para “conversar” com a teoria estabelecida (NOBRE, 2004)⁴.

Portanto, a Teoria Crítica permite que o pesquisador tenha em mãos os componentes e variáveis de aplicação da metodologia propostas pelos autores e os elementos constituintes da realidade na qual será aplicada, possibilitando interpretações, reflexões e confrontos de percepções e pensamentos.

Em auxílio à Teoria Crítica, foram estudados e elaborados fluxogramas dos processos das metodologias selecionadas, da corrente de fluxo de informação no museu e possíveis cenários de surgimento da necessidade de informação – hipotéticos, baseados no cotidiano da mediação museal.

Como terceira etapa da pesquisa, é realizada uma reflexão crítica sobre a metodologia que melhor capacitada a atender ao objetivo desta pesquisa. Para tanto, é proposta uma avaliação a partir da aplicação hipotética da metodologia em cenários de mediação ocorridas em museus.

Considera-se, por prerrogativa, que “trabalhar com cenários de uso significa **contar uma “história” fictícia (ou não) prevendo e relatando situações em que um usuário possivelmente se encontraria** ao interagir com o produto/interface/solução que se está desenvolvendo”. (GHISI, 2016, s.p, negrito da autora). Ou seja, pela proposição de possíveis cenários de interação usuário-mediador, será possível verificar se a metodologia pode ser praticada e se há possibilidade de sucesso de sua aplicação.

Os cenários foram elaborados a partir do prisma de interesse da Museologia para fins de produção e disseminação do conhecimento mantido por cada museu.

Através dessas três etapas foi possível indicar se há uma metodologia que esteja apta a ser aplicada, utilizada ou adaptada às variáveis e necessidades dos gestores museológicos, demonstrar como a metodologia pode ser aplicada (processo ou procedimento) e quais os limites que está “conversação” entre áreas – CI e Museologia – ainda apresentam relativo a este assunto.

⁴ Sobre a Teoria Crítica, recomenda-se a leitura complementar de Afinal de contas, o que é teoria crítica?, de autoria Amaro Fleck (2017)

1.5 ESTRUTURA DA PESQUISA

A dissertação apresenta-se constituída em quatro capítulos, cujos conteúdos contemplam: O primeiro capítulo apresenta os detalhes e aspectos gerais da pesquisa. No segundo capítulo do trabalho serão tratados aspectos relacionados à informação dentro dos museus, apresentando os fluxos da informação e as diretrizes que condicionam a gestão, produção e disseminação da informação pela instituição museológica.

No terceiro capítulo, serão discutidas as necessidades de informação, suas tipologias, importância, sua relação com o comportamento informacional dos usuários e com os Estudo de Usuários de Informação.

No quarto capítulo são apresentadas as metodologias selecionadas para análise crítica. Neste capítulo é indicada a metodologia que melhor se adequa as necessidades dos museus, considerando os critérios determinados.

Ainda, no quarto capítulo, serão apresentadas, adotando cenários hipotéticos, as ponderações críticas sobre a aplicabilidade da metodologia considerada, pelo autor, a de melhor uso, frente aos interesses da pesquisa.

Ao final, no último capítulo, serão apresentadas considerações finais sobre a pesquisa.

2 INFORMAÇÃO E MUSEUS

Os objetos que formam o Patrimônio Cultural protegido e promovido pelos museus são portadores de informações que são capturadas, produzidas e utilizadas em diferentes atividades do cotidiano museológico.

Com destaque no fazer museológico relacionado ao tratamento da informação, a documentação museológica realiza, como principais tarefas colheita de informações do próprio objeto e pesquisas sobre ele - para completar lacunas - produzindo, ao final da ação, relatórios e fichas catalográficas.

Realiza-se, portanto, nesta atividade, leituras e interpretações que dão significados aos objetos conforme o interesse e missão do museu (PADILHA, 2014). Estas informações coletadas de forma subjetiva, porém, obedecendo a critérios pré-definidos e objetivos, singularizam um objeto perante os demais que formam o acervo museológico e propiciam recursos e fontes para a disseminação da informação.

As informações produzidas pelo museu, provenientes dos registros catalográficos, das pesquisas sobre o bem cultural e coletadas ou obtidas durante as ações mediativa e educativas, são posteriormente disseminadas através de diversificadas técnicas e recursos expositivos e comunicativos, próprias do universo museológico, gerando conhecimento para o público externo e para a própria equipe do museu.

O rol de recursos e técnicas de disseminação da informação museológica (MICHAILOV apud CASTRO,1999) utilizados pelos museus englobam, sinteticamente, publicações, exposições, oficinas ou atividades educativas e publicações, possibilitando o acesso à informação por diferentes vias.

As publicações temáticas, vinculadas a revistas próprias, *websites* institucionais ou à panfletos, podem adquirir feição de mero informativo, de texto jornalístico ou conteúdo científico. Entretanto, nos dois últimos, os objetos do museu podem ser apresentados de forma tanto superficial quanto meticuloso, diferindo-se de informes generalistas dos informativos.

A disseminação realizada através de exposições, contam com painéis e tarjetas dispostas estrategicamente por todo o trajeto da exposição e ainda, podem contar com facilitadores, que irão mediar a informação aos visitantes.

A exposição é a forma mais conhecida de disseminação da informação pelo grande público, visitante do local. Entretanto, esses recursos apresentam limitações físicas (dimensões), de tempo e de custeio que condicionam, quantitativamente ou qualitativamente, as informações que são transferidas (CURY, 2006).

Em consequência da limitação quantitativa da informação, a qualidade informativa dos painéis e tarjetas são significativamente pequenas. Em complemento a estes recursos, os museus disponibilizam outros expedientes que estimulam a percepção sensorial (visual, auditiva, olfativa, gustativa) e que são utilizados para que outras mais informações sejam disseminadas, auxiliando assim, os recursos textuais disponíveis, dentre os quais, se destacam os totens ou terminais interativos e as dinâmicas em grupo (CURY, 2006).

Nessa proposta de estímulo sensorial, o papel do mediador da informação museológica é elemento chave para que a informação sobre o objeto e o acervo do museu sejam transmitidas com precisão, clareza e facilitando a sua compreensão e usabilidade pelos visitantes.

Em outras palavras, é pelo mediador, quando existente, que a informação do espaço museológico, que o conhecimento útil ao visitante tem maior chance de ser acessado, apresentando maior nível de profundidade – e detalhes - aos demais recursos expográficos.

Tem-se, como pensamento ideal, (MARANDINO, 2008) que o mediador do museu deve ser preparado para intermediar a informação sobre o objeto de forma fidedigna e contextualizada, obedecendo, entretanto, dois interesses: o da instituição – que irá dar significado ao objeto – e o do visitante, do usuário do museu – que o procura para obter informações para uma finalidade determinada.

Para preparar o mediador no sentido de atender a essas demandas, a CI fornece subsídios à Museologia para que o tratamento da informação, desde sua produção até a disseminação, mediação e uso, seja realizado de forma eficaz e eficiente, oportunizando diretrizes ao gestor museológico ou da informação para que esta, principalmente, nas fases de disseminação e mediação se torne útil ao usuário.

2.1 INFORMAÇÃO: CONCEITOS E ENTENDIMENTOS ESSENCIAIS

Estudos que proporcionem melhor entendimento sobre o conceito, objetivos, função, estruturação, produtos e peculiaridades da informação são realizados, dentre outros, por Barreto

(1994), Buckland (1991), Capurro e Hjørland (2007), Yves Le Coadic (1996), abrindo as vias para que a informação atenda a seu papel social.

Atendo-se ao seu conceito, Le Coadic (1996, p.5) define informação como o “conhecimento inscrito (gravado) sob a forma escrita (impresa, numérica), oral ou audiovisual. [...] É um significado transmitido a um ser consciente por meio de uma mensagem inscrita em um suporte espaço-temporal”.

Por objetivo, a informação é produzida para que um emissor, portador de um conhecimento, o repasse para um outro, o receptor. A pretensão é que a informação “quando adequadamente assimilada, [produza] conhecimento” (BARRETO, 1994, p. 2) e colabore com a “redução da ignorância e da incerteza” (BUCKLAND, 1991, p. 351).

A informação, conforme Barreto (1994, p.2) “qualifica-se, em forma e substância, como estruturas significantes com competência de gerar conhecimento para o indivíduo e seu grupo”

Portanto, para que a informação atenda ao seu propósito, é de suma necessidade a realização de um processo semântico para sua concepção, processo este que irá interferir sobre os elementos gramaticais e de sintaxe, para a construção de mensagens com significados e signos válidos, decifráveis, interpretáveis e compreensíveis ao receptor da mensagem transferida (BARRETO, 1994, p. 1).

Tão essencial quanto os elementos semânticos, o conhecimento produzido precisa ser estocado para que não sucumbam ao tempo e à efemeridade do pensamento e da fala.

São os estoques de informação “um conjunto de itens de informação organizados (ou não), segundo critério técnico, dos instrumentos de gestão da informação e com conteúdo que seja de interesse de uma comunidade de receptores [...] [elaborados] para direcionar o receptor para a informação útil [...]” (BARRETO, 2000, p.1).

O trabalho que envolve o estoque de informação⁵ está relacionado à disponibilização do conhecimento presente em livros, documentos, em recursos multimídias e, naturalmente, nos casos dos museus, em objetos.

Apropriando-se dos pensamentos de Buckland (1991), que especula a concepção de uma materialidade, uma estrutura física para a informação, a “coisa”, os objetos museológicos são, por consequência, os tanto suportes quanto representações, palpáveis, de informações.

⁵ Diferencia-se das fontes de informação por ser este, o documento que contém a informação registrada. Em outras palavras, entenda-se estoque de informação como o conjunto desses documentos.

A perspectiva de “informação-como-coisa” (BUCKLAND, 1991, p. 351-352) amplia concepção meramente cognitiva (o conhecimento) e processual da informação (transferência do conhecimento), intangíveis, para uma concepção de informação tangível e concreta. A informação agora pode ser tocada e observada.

Neste sentido, na perspectiva de museu tradicional⁶ adotado nesta pesquisa, o objeto é quem, fornece, prioritariamente, a informação sobre ele mesmo e sobre diferentes variáveis do seu entorno (comunidade, pessoa que o possuiu, função, entre outros).

Refletindo sobre o objeto como representação e apresentação da informação para atendimento de uma necessidade de informação, a compreensão de sua importância para efetiva disseminação e captação do conhecimento ali contido precisa ser avaliada e evidenciada, podendo ser considerado o conceito chave para que o museu possa melhor oferecer seus serviços.

2.1.1 Da produção, comunicação e uso da informação

Como proposto por Le Coadic (1996, p.11), a informação presente em meio social é resultado de uma série de três processos que formam o “ciclo da informação”, a saber: produção, comunicação e uso⁷. Ter ciência e domínio dos fluxos desses três processos auxiliam ao indivíduo que trabalha com a circulação da informação na sociedade na definição de estratégias de disseminação, compreensão de seu surgimento e uso, além de prever e solucionar as consequências da posse social da informação.

No processo inicial, a produção da informação é considerada a atividade que se operacionaliza através de práticas bem definidas e se apoia em um processo de transformação orientado por uma racionalidade técnica que lhe é específica; representa atividades relacionadas à reunião, seleção, codificação, redução, classificação e armazenamento de informação (BARRETO, 1994).

Seu objetivo é criar e estocar informações que sejam de interesse social, respeitando as linguagens e limitações “contextuais e cognitivas de habitantes de realidades diferenciadas”

⁶ Uma explicação sobre sua conceituação foi abordada na página 8 desta pesquisa.

⁷ Uma visão ampliada deste ciclo, considerando quatro grandes grupos de processos, englobando 29 processos, é defendido pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília. Entretanto, para esta pesquisa, a concepção apresentada por Le Coadic é suficiente para desenvolvimento e conclusão do estudo proposto. Esclarecimentos adicionais sobre o “Ciclo Vital da Informação” (PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO/UNB. 2018) podem ser obtidos em <http://ppgcinf.blogspot.com/p/informacoes-sobre-organizacao.html>.

(BARRETO, 1994) que farão uso da informação, garantindo assim, que a informação seja capaz de gerar novo conhecimento (FADEL et al, 2010).

Em complemento, para Le Coadic (1996, p. 39) “o objetivo final de um produto de informação, de um sistema de informação, deve ser pensado em termos dos usos dados à informação e dos efeitos resultantes desses usos nas atividades dos usuários”

Portanto, seus produtores “necessitam, pois, adotar estratégias de distribuição, que viabilizem a aceitação de seu produto” (BARRETO, 1994). Couto (1988, p. 66-67) apresenta sete pontos, referentes ao “ciclo característico da produção da informação”, a saber:

1. Definição do objetivo da informação;
2. Coleta de dados relativos ao tema em foco;
3. Armazenamento/recuperação dos dados em/de arquivos intermediários;
4. Processamento dos dados que inclui, ao menos, classificação, ordenação e agregação;
5. Interpretação do resultado do processamento ou produção da informação;
6. Decodificação da informação na linguagem do receptor; e
7. Disseminação seletiva da informação.

Essas sete etapas traçam uma metodologia que, se bem aplicada, auxiliam o produtor da informação a agregar à mensagem a ser transmitida, significado contextualizado e cognoscível ao indivíduo que a requerer, assimilando o conhecimento ali transferido.

Segundo processo do ciclo, a comunicação da informação se relaciona ao momento que o usuário tem acessos à informação mantida em estoque. A fase de comunicação “consiste em assegurar o intercâmbio de informações” (LE COADIC, 1996, p. 33). É a ocasião de observação dos comportamentos e motivações de busca pela informação.

É, ainda, o momento no qual o indivíduo que recebe a informação, a decodifica, interpreta e assimila o conhecimento, qualificando-o como útil ou não à sua necessidade.

Neste cenário, os conceitos de acesso e mediação ficam em evidência, por contemplarem dois aspectos que interferem na escolha da informação útil do indivíduo. O nível, os recursos e os estoques acessíveis são os elementos que definem os limites de quais informações o indivíduo pode ter acesso. Em outras palavras, são os aspectos técnicos de acesso à informação que determina o conhecimento a ser disseminado socialmente.

O acesso à informação é realizado através de dispositivos comunicacionais - jornais, revistas, exposições - e das tecnologias da informação – computadores, internet - (MARTINS et al, 2016, p.55), que sintetizam, de forma organizada e eficaz, dados básicos que permitem a

recuperação total ou parcial da informação estocada. Exemplos desses dispositivos nas unidades de informação, são os terminais de consulta ao acervo, mantido por algumas bibliotecas.

A mediação da informação é utilizada como meio de agilizar e facilitar o acesso do indivíduo à informação mantida em estoque. Diferencia-se dos dispositivos de acesso à informação, apesar de se apresentar, também, como uma via de acesso. A mediação propriamente é realizada por meio de “interferência – realizada pelo profissional da informação – direta ou indiretamente [...] que propicia a apropriação da informação que satisfaça” (ALMEIDA JR., 2008 apud FADEL et al, 2010, p. 16)

Portanto, trata-se de uma intervenção humana – ou de inteligência artificial, em alguns casos – que direcionam e auxiliam ao indivíduo a selecionar uma informação útil a situação de uso que deseja. Por interesse da pesquisa em desenvolvimento, a mediação da informação será tratada em tópico específico neste capítulo.

Fase final do Ciclo da informação, o uso da informação é, conforme Le Coadic (1996, p. 39) trabalhar com a matéria informação para obter um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação. Utilizar um produto de informação é empregar tal objeto para obter, igualmente, um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação, que esse objeto subsista (fala-se então de utilização), modifique-se (uso) ou desapareça (consumo).

Seguem este mesmo pensamento Fadel et al (2010, p. 26), ressaltando a influência de uma necessidade de informação para atendimento de uma pendência cognitiva, social ou psicológica, de ordem prática ou intelectual (LE COADIC, 1998), que necessita de informações, que se acredita, estar disponível na unidade de informação consultada.

2.1.2 A qualidade da informação: a informação útil

A informação produzida e comunicada pela unidade de informação precisa estar em sintonia com as necessidades de informação de seu usuário (BARRETO, 2000; LE COADIC, 1998) a fim de as satisfazer, ou seja, a informação deve ser útil à finalidade que o usuário apresenta.

É possível definir informação útil como àquela que “serve para alguma coisa; que traz vantagem; proveitoso, vantajoso” (AURELIO, 2017). Ou seja, quaisquer informações, que para o usuário, seja qualificada para a satisfazer a sua necessidade de informação.

Batista Trindade e Oliveira (2007, p.8) em análise à Hu et al. (1998), considera que “a falta de qualidade da informação pode ser considerada uma barreira na transformação do conhecimento individual em conhecimento organizacional e na utilização efetiva do conhecimento”.

Versando sobre este assunto, Batista Trindade e Oliveira (2007, p.8), ponderam sobre a importância da qualidade de informação, esclarecendo:

Os membros de uma organização precisam acessar uma informação de qualidade que auxilie a execução de suas atividades, e que a informação esteja disponível no momento certo e no formato apropriado (MARCHAND; KETTINGER; ROLLINS, 2001 apud TAYLOR; WRIGHT, 2004). Strong, Lee e Wang (1997) afirmam que a baixa qualidade da informação pode gerar o caos.

Para essas autoras existem 21 atributos para qualificar a informação, a saber:

[...] acessibilidade, clareza, completeza, concisão, consistência, credibilidade, disponibilidade, empacotamento, facilidade de uso, histórico, interface, interpretabilidade, objetividade, precisão, prontidão, quantidade, relevância, reputação, segurança, temporalidade e valor. (BATISTA TRINDADE; OLIVEIRA, 2007, p.1)

Neste mesmo âmbito temático, Valente e Fujino (2016) apresentam outras sínteses que propõem qualificar a informação. Desses autores é válido apresentar a contribuição de Arouk (2011) que

[...] realizou uma pesquisa exploratória com vistas a identificar e analisar os atributos de qualidade da informação presentes nos estudos da Ciência da Informação relacionados à gestão de sistemas e serviços de informação publicados em língua inglesa no período de 1974 a 2009. (apud VALENTE; FUJINO, 2016, p. 152)

A pesquisa de Arouk (2011) resultou no quadro a seguir que apresenta três categorias de atributos qualitativos da informação.

Quadro 1 - Quadro de categorias e atributos de qualidade da informação elaborado por Arouk

Categorias e atributos			
Categorias	Meio	Conteúdo	Uso
Atributos	Acessibilidade, aparência, clareza, concisão, formato, legibilidade, localizabilidade, mensurabilidade, ordem, quantidade, segurança, simplicidade, singularidade, tempestividade, tempo de resposta, volume.	Abrangência, atualidade, coerência, completude, confiabilidade, correção, credibilidade, imparcialidade, inequívocidade, logicidade, precisão, validade, veracidade.	Compatibilidade, compreensibilidade, conveniência, importância, interpretabilidade, pertinência, relevância, significância, suficiência, utilidade, valor informativo.

Fonte: Arouk (2011 apud VALENTE; FUJINO, 2016, p. 152)

Entretanto, apesar da apresentação desses atributos, os autores acima citados (Batista Trindade; Oliveira; Valente e Fujino) concordam que não há unanimidade nas atribuições que qualificam a informação como útil ou não, mas quanto mais desses atributos a informação possuir, mais efetiva será para ser utilizada e satisfazer o usuário.

2.2 DIÁLOGOS INTERDISCIPLINARES: A INFORMAÇÃO NOS MUSEUS

Um provável trunfo da Ciência da Informação é a de ser apresentada como campo interdisciplinar que “investiga as propriedades e o comportamento informacional, as forças que governam os fluxos de informação, e os significados do processamento da informação, visando à acessibilidade e a usabilidade ótima” (BORKO, 1969. p. 1).

Com esta definição, a CI pode ser introduzida nas mais diferentes áreas do saber, agregando suas epistemologias e práticas aos estudos relacionados à informação em quaisquer ciências.

Suas qualidades colaborativas para a Museologia especificamente, auxiliam com saberes complementares à prática de tratamento da informação. O universo Museológico se aproveita da CI, para otimizar e qualificar tanto a execução de suas rotinas de trabalho, como na produção, disseminação e uso da informação obtida sobre o seu acervo, bem como propiciar o acesso interno e externo às informações e conhecimentos gerados.

As colaborações da CI abastecem a Museologia com diferentes olhares sobre a forma de promover o Ciclo da informação, sejam esses olhares direcionados às singularidades e disparidades epistemológicas, pragmáticas e paradigmáticas entre a Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia (SMIT, 1993; ARAÚJO, 2010, 2011, 2013; ARAÚJO; DA CUNHA MARQUES; VANZ, 2011; PINHEIRO, 2012; CASTRO, 1999), sejam revelando as aplicabilidades práticas, nos diferentes processos ou tarefas museológicas, dos princípios e práxis da CI (FERREZ, 1991; LIMA, 2003), ou como local de comunicação, preservação, criação e gerenciamento da informação, disseminando o conhecimento (CASTRO, 1995; BRUNO, 2015).

Como “Sistemas de Informação” (MARQUES, 2010; FERREZ, 1994), os museus precisam deste amparo epistêmico e técnico da Ciência da Informação. Isso se deve porque

[...] o museu é intimamente ligado às atividades informacionais, pois os objetos são portadores e veículos de informações e, como tais, têm o potencial de se

transformarem em fontes para pesquisas científicas, podendo, assim, gerar novas informações e conhecimentos. (FERREZ, 1994 apud ALBUQUERQUE, 2015, p. 05)

Os objetos, portanto, são observados pela perspectiva de informação-como-coisa (BUCKLAND, 1991), produzindo, neste contexto, a “informação museológica” conceituada por Michailov (apud CASTRO, 1999, p. 16) como a “Informação científica, tanto em sua estrutura hierárquica como em sua construção semântica, resultado de atividades sociais de produção do conhecimento”.

Compreende Botallo (2010, P. 50) que “para a Museologia o que importa é a possibilidade que o acervo proporciona de ser a base sobre a qual se gera e dissemina conhecimento”. Ou seja, interessa a Museologia que a informação museológica tenha origem no acervo do museu, possua respaldo científico, e reflita o conhecimento residente no próprio espaço e não o de fora dele.

Evidentemente, é necessário entender que a informação museológica originada em interpretação ao seu acervo não deva ser limitada às leituras institucionalmente produzidas, mas também precisam ser resultado das interpretações dos usuários, refletindo as concepções sociais sobre o objeto e promovendo a veracidade das informações.

Por esta razão, idealiza-se uma “cadeia operatória museológica” (CÂNDIDO, 2013, p. 128), onde todas as atividades e ações se interligam e se retroalimentam, na perspectiva de fazer a informação ser produzida e fluida dentro e para fora do ambiente museológico.

Esta premissa pode verificada com maior facilidade na atividade de documentação museológica ao produzir registros cujos dados são oriundos, normalmente, da atividade de pesquisa documental e suas informações, ora estocadas, são usadas, internamente, para as atividades gerenciais, mediativas e ações educativas e de conservação.

Pelo pensamento ora proposto, é possível sugerir um esboço de modelo de fluxo da informação no ambiente museológico.

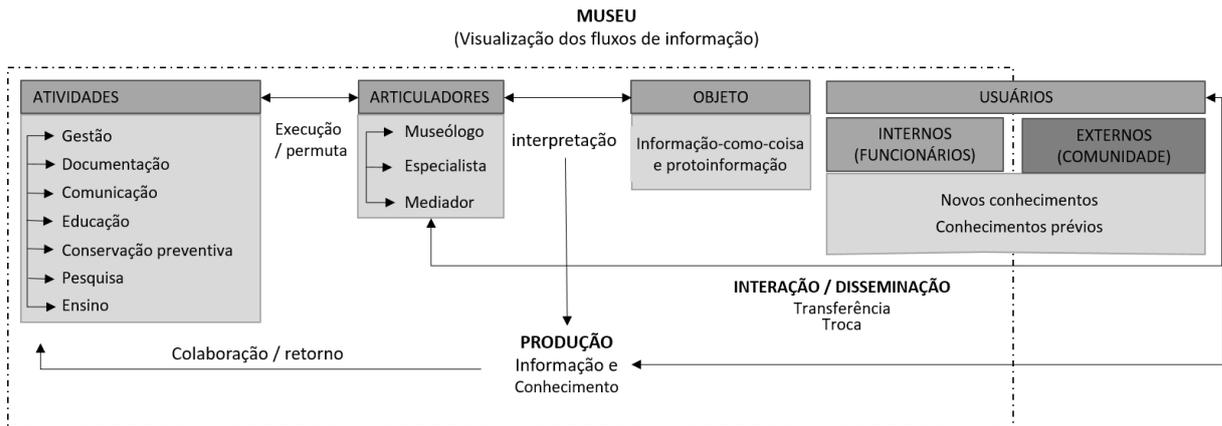


Figura 1 - esboço de modelo de fluxo da informação na cadeia operatória museológica.

Fonte: autor (2018)⁸

O modelo proposto na Figura 1, demonstra as inserções e as relações de interdependência geradas pelas interações da informação museológica com os diferentes elementos existentes na cadeia operatória da Museologia.

Em consonância com o que foi apresentado na figura anterior, este autor propõe subdividir as atividades museológicas em sete áreas de atuação: a gestão, a documentação, a comunicação, a preservação/conservação, a pesquisa e o ensino museológicos. Cada qual participa de forma específica na produção, disseminação e uso da informação dentro da proposta de seu ciclo social, sendo manipulada para possibilitar o acesso e uso pelos usuários internos e externos do museu.

Estas áreas de atuação possibilitam realizar a musealização dos objetos do acervo e outros bens culturais. Conforme Loureiro (2015, p. 205),

A musealização consiste em um conjunto de processos seletivos de caráter informacional baseados na agregação de valores a coisas de diferentes naturezas às quais é atribuída a função de documento, e que por esse motivo tornam-se objeto de preservação e divulgação.

Com o intuito de comandar esse conjunto de processos, a gestão museológica se relaciona com a informação, produzindo e disseminando informações gerenciais, utilizando-as para tomadas de decisões e superação de metas. Além disso, a gestão museológica se apropria de informações internas (produzidas pelas demais atividades) e externas para elaboração de estratégias e políticas para progresso institucional.

Como apresentam Jotta e Barbosa (2015) a gestão museológica possui íntima correlação com a gestão da informação, já que “A gestão da informação implica no gerenciamento de informação e recuperação da informação para sua utilização nas organizações ou instituições”.

⁸ Esboço elaborado com base em OLIVEIRA; COSTA; NUNES, 2012 e nos guias bibliográficos do Conselho Federal de Museologia (On-line)

A ferramenta que maior simboliza a gestão museológica é o Plano Museológico

[...] ferramenta básica de planejamento estratégico, de sentido global e integrador, indispensável para a identificação da vocação da instituição museológica para a definição, o ordenamento e a priorização dos objetivos e das ações de cada uma de suas áreas de funcionamento, bem como fundamenta a criação ou a fusão de museus, constituindo instrumento fundamental para a sistematização do trabalho interno e para a atuação dos museus na sociedade (BRASIL, 2009)

O Plano Museológico tem a finalidade de auxiliar na gestão do museu, orientando seus diversos setores para o funcionamento sistemático e sintonizado, determinando as atividades, metas e ações prioritárias a serem alcançadas em razão da sua função e missão social (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2016).

A área documentação museológica é a atividade que pela própria natureza - tratamento da informação museológica - mantém maior vínculo com a Ciência da informação (CERAVOLO; TÁMALO, 2000). Conforme Jotta e Barbosa (2015, p. 256) e Ferrez (2011), o tratamento da informação, dentro das instruções previstas para a realização da documentação museológica, é a representação escrita e imagética do objeto, registrando as informações a partir da observação e investigação sobre este. A documentação serve ainda como aporte as demais atividades do museu, em especial, à expografia, as ações educativas e a mediação⁹.

Dentre os processos museológicos apresentados no fluxograma, é pela atividade de documentação museológica que a informação é melhor visualizada no cotidiano do museu (PADILHA, 2014; YASSUDA, 2009; OLIVEIRA, 2009). É a atividade onde prepondera, com maior visibilidade, os procedimentos para produção e gestão da informação.

A documentação museológica é compreendida como

[...] procedimento essencial dentro de um museu, representando o conjunto de informação sobre os objetos por meio da palavra (documentação textual) e da imagem (documentação iconográfica). Trata-se ao mesmo tempo, de um sistema de recuperação de informação capaz de transformar acervos em fontes de pesquisa científica e/ou agentes de transmissão de conhecimento, o que exige a aplicação de conceitos e técnicas próprios, além de algumas convenções, visando à padronização de conteúdos e linguagens. (CÂNDIDO, 2006, p. 34)

⁹ Para o autor, a mediação pode tanto faz parte de uma ação educativa quanto dela ser independente. A mediação se apresenta, por si só, um veículo educativo, independente do planejamento de quaisquer ações educativas. Pondera-se, entretanto, que a mediação vinculada e planejada como ferramenta de uma ação educativa potencializa a transmissão e o aprendizado do conhecimento.

Trata-se, portanto, da atividade de “tradução sgnica”¹⁰ (FADEL et al, 2010, p. 20) de inferência e interrogação do objeto museológico para obtenção da informação ali contida, e que exige a “normatização sistmica e análise metodológica voltadas para as questões da realidade museológica” (CASTRO, 1999, p. 24).

Evidencia-se que para os “documentalistas dos museus” os objetos museais são observados como documentos (CÂNDIDO, 2006, p. 35), portadores de informações que devem ser decifrados e organizados. As informações, por essa percepção, apresentam-se como coisas (BUCKLAND, 1991) que necessitam ser interrogadas (CÂNDIDO, 2006, p. 35) para que a mensagem inscrita (LE CODIC, 1996) e representada pelas peculiaridades físicas e/ou trajetória de vida do objeto, seja observável e comprovada pelos indivíduos.

Castro (p.1999, p. 24), em reflexão sobre a atividade de documentação museológica, indica que

Ao realizar a análise informacional que precede a documentação, suas categorias limitam-se às suas características físicas, procedência, dimensões, técnica e autoria. Tal procedimento desencadeia uma imprecisão e inconsistência na informação de tal ordem, que muito vem contribuindo para consolidar a imagem de inoperância e depósito de velharia que habita o imaginário da população, de pesquisadores e até de poetas [...]

Versando sobre esse mesmo ponto, Bottallo (2010, p. 51) complementa: “para ampliar nossos conhecimentos sobre os objetos, será necessário usar uma série de informações anexas aos mesmos para entender por que eles eram – ou se tornaram – especiais a ponto de merecerem sua preservação”. Essas informações anexas estão relacionadas aos aspectos contextuais, funcional e sociais de sua criação e uso.

Terceira rea de tratamento da informação, a comunicação museológica tem por premissa proporcionar os meios de disseminação da informação, apresentando-as através do próprio objeto ou por meio de recursos complementares onde constem informações sobre o objeto. São mensagens propositalmente criadas para dar conhecimento sobre a coisa, o objeto, na tentativa de revelar o seu significado diante do contexto social no qual se insere. É a via de disseminação da informação que, segundo Valentim (2014) “requer seleção, filtragem e análise bem como preocupação com a linguagem e o público que se pretende atingir” (apud JOTTA; BARBOSA, 2015, p.256).

¹⁰ A tradução sgnica, ocorre tanto no momento de leitura do objeto para obter a informação e registrá-la, tanto no momento de leitura da leitura do registro para seu uso

Como instrumento chave nesta área, a mediação é responsável por engrenar simultaneamente todos os interesses institucionais de disseminação da informação com a necessidade de informação do usuário, seja para questões puramente informativas, educativas, culturais (PAULA, 2012; MARANDINO, 2008), ou de mera contemplação. Atualmente, é creditada à mediação a viabilidade de servir como elemento transformador e de estímulo à crítica social, uma ferramenta construtivista da sociedade, não apenas de educação.

É entendimento do Instituto Brasileiro de Museus que a educação museal é considerada a atividade que consolida a função social do museu (2018, p. 14). Este mesmo Instituto (p. 16) enfatiza que a partir da segunda metade do Século XX, os museus começam

então a ser também compreendido como um espaço de educação para auxiliar nas atividades do ensino formal e como ferramenta didática, ou seja, uma espécie de extensão do espaço da escola [...] A questão educativa passa a ser mais enfatizada e assumida em um plano paralelo em relação às outras funções museológicas tradicionais (SOTO, 2010, p. 31) [...] Segundo Frecheiras (2015, p. 57-73), o cenário da Educação Museal nesse período estava relacionado basicamente ao atendimento ao público, principalmente a estudantes em visitas guiadas (termo em voga na época), algumas complementadas com projeção de slides, sessão de cinema ou audição de música, distribuição de publicações, guias, folhetos ou boletins informativos sobre a instituição e/ou as exposições, realização de atividades visando à comemoração de datas históricas e/ou importantes para o calendário nacional, com a participação de estudantes do que hoje corresponderia aos ensinos fundamental e médio, capacitação de funcionários para o aprimoramento e o atendimento das visitas guiadas e publicação de artigos especializados.

Estas práticas ainda vigoram nos museus atuais. Porém, os debates sobre a Nova Museologia, promovidos pela Mesa-redonda de Santiago, em 1972, o universo museológico começa a “considerar o museu na sociedade como um instrumento de transformação” (VARINE-BOHAN, 1987 apud INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2018, p. 17). Nesta perspectiva os museus passam a se preocupar com a comunidade que representa, com seu entorno, com o ambiente que ocupa – e com o qual o seu acervo se relaciona - e com a formação, fomento e preservação dos saberes comunitários e sociais como um todo.

A atual concepção de educação museal é formada por diferentes percepções sobre como o museu, as instituições e pessoas que o formam, atuam e se comprometem para a promoção, preservação e divulgação do acervo e dos conhecimentos a ele relacionados.

Conforme Costa *et al.* (2018, p. 73 – 74) algumas das “especificidades da dimensão educativa dos museus” são o seu trabalho com “memória e com o patrimônio cultural musealizado”, através de teorias e metodologias que favorecem ao aprendizado.

Os mesmos autores, em análise ao atual contexto da educação museal, enfatizam que

O termo “Educação Museal” passa a ser utilizado como uma reivindicação tanto de uma modalidade educacional – que contempla um conjunto integrado de planejamento, sistematização, realização, registro e avaliação dos programas, projetos e ações educativas museais – quanto de um campo científico. [...] Neste contexto, a Educação Museal é uma peça no complexo funcionamento da educação geral dos indivíduos na sociedade. Seu foco não está em objetos ou acervos, mas na formação dos sujeitos em interação com os bens musealizados, com os profissionais dos museus e a experiência da visita. Mais do que para o “desenvolvimento de visitantes” ou para a “formação de público”, a Educação Museal atua para uma formação crítica e integral dos indivíduos, sua emancipação e atuação consciente na sociedade com o fim de transformá-la. Vale ainda ressaltar que a Educação Museal, como processo museal e ação profissional específica, difere-se de ações de comunicação e de mediação cultural, por seus objetivos, metodologias e conteúdos próprios, porém sem deixar de ser necessário que seja integrada a essas práticas.

Aliada às três primeiras áreas de atuação dos profissionais em museus, a conservação preventiva visa primordialmente a manutenção e a integridade do objeto, do ambiente e das informações já registradas, pensando em seu uso e existência por longínquos tempos e multiplicidades de usos.

Michalski (2004, pp. 55-98) deixa claro quais as principais atividades e preocupações que a conservação preventiva procura manter foco: Decisão e avaliação de riscos e danos, pragas, iluminação, poluição, temperatura e umidade.

Cabral (1999, pp. 16) comenta que “conservação preventiva é muito mais que simples ações repetitivas de manutenção”. A mesma autora complementa (pp. 17-18)

A conservação preventiva não se dá principalmente sobre o objeto, mas sobretudo sobre o meio ambiente, os lugares e os modos de uso das coleções. Um outro aspecto que é apontado, e que considero da maior importância, é que a conservação preventiva é acima de tudo uma articulação de diferentes profissionais do patrimônio, um trabalho de equipe onde cada um, de acordo com seu nível de competência e de formação, desempenha as diferentes tarefas da conservação preventiva. É tarefa, portanto, do conservador/restaurador, mas também do museólogo, do educador e de todos os outros profissionais que um museu abriga.

A conservação preventiva não interfere diretamente sobre as demais áreas. As ações de preservação concernente a cada área são pensadas em paralelo à conservação preventiva, fazendo parte dela apenas se relativo à integridade material.

Como ilustração, consideremos a preservação dos dados e registros sobre o acervo, as fontes de informação. A manutenção da informação, garantindo que não se apague ou se perca, deve ser preocupação direta das áreas de documentação e gestão. A manutenção de dados, podem, por exemplo, ser realizada – salva - na “nuvem”, por exemplo. Entretanto, a integridade física dos materiais utilizados no registro das informações (papeis, cds, computadores), precisam ser, também, previstos pelo plano de conservação preventiva – para evitar umidade, sujidades e insetos, por exemplo.

Para Magaly Cabral (1998, p.7), as quatro áreas de atuação até o momento citadas, supra, possuem importância equivalentes, cada qual se destacando individualmente e coletivamente, auxiliando a realização e efetivação da outra:

A comunicação é uma das funções básicas e talvez a atribuição maior de um museu. A ação educativa [Educação museal] pode ser compreendida como parte do processo de comunicação do museu. Entretanto, se o museu guarda os testemunhos materiais do homem e seu meio ambiente e se deseja permitir a visibilidade das práticas sociais que deram origem à confecção e uso desses testemunhos, é necessário que também nas ações que desenvolve para o para o cumprimento de suas outras funções básicas (a preservação e a pesquisa/documentação) estejam presentes objetivos educacionais. O bem educacional será um documento com potencial pedagógico se preservar não for apenas para guarda-lo, se pesquisar/documentar não for apenas para registrá-lo e se, claro, comunicar não for apenas reuni-lo com outros bens culturais para realizar uma exposição.

Outras duas áreas de relacionamento da Museologia com a informação poderiam ser mencionadas, porém, sem a devida propriedade - e de interesse neste trabalho -, não seria prudente investigá-las à fundo.

Propõe-se, portanto, ao leitor, que considerem ainda a existência das áreas de atuação: o ensino e a pesquisa. Os fluxos de informação e do Ciclo da informação fazem-se claramente presentes nessas duas áreas, como serão mencionadas a seguir. No entanto, para este autor, são consideradas áreas de atuação muito específicas e nem sempre são áreas que cativam o desempenho do museólogo ou este pode furtar-se de realizá-las por questões de carência de domínio técnico.

O Ciclo da informação de produção, disseminação e uso da informação, na área do ensino da Museologia são observados, normalmente, de modo inverso, começando pelo uso da informação – selecionando as informações em diversas fontes -, disseminando – em sala de aula ou ambiente similar - para produzir novo conhecimento – no aluno presente em sala de aula. O ciclo, pode continuar nesse mesmo sentido, ou, situando-se no lugar do aluno, seguir o fluxo convencional do ciclo, gerando a produção da informação, para posterior uso ou disseminação.

Como apresentado acima, o Ciclo da informação em ambiente de ensino pode apresentar particularidades que mantenham o seu fluxo normal de produção do conhecimento pela informação; que invertam o seu fluxo ou que ultrapassem etapas (produção → uso).

A área de pesquisa, ao procurar obter novas descobertas ou afirmações, é concretizado pela ampla captação de conhecimentos científicos, metodológicos e empíricos, provindos de publicações especializadas, ou por meio de ferramentas de obtenção de dados. Os resultados obtidos podem e comumente geram relatórios que condensam o conhecimento sobre o assunto

pesquisado, portanto, produzindo informações que serão utilizadas conforme as demandas imediatas ou futuras.

É válido esclarecer, resgatando da citação de Cabral (1996, p.7), supra, que a pesquisa científica não pode ser confundida com a pesquisa (museológica) voltada para a documentação (museológica), mesmo que da pesquisa científica, sejam obtidas informações para uso documental. A pesquisa para fins de documentação tem finalidade objetiva sobre e com o objeto em análise.

Pode-se afirmar ainda, que ambas as áreas, pesquisa e ensino, estão entremeadas, mesmo que sem metodologia aparente ou consciente, nas quatro primeiras áreas citadas. Pesquisas são constantemente realizadas objetivando a execução ou melhoria de uma ação de gestão, para alimentação das documentações ou para indicar qual a melhor informação para ser mediada.

O ensino, especificamente do saber museológico, poderá ser constante ou pontual, no desejo de instrumentalizar as pessoas que atuam no meio para realizar as atividades conforme o interesse institucional ou do usuário.

2.3 CONTRIBUIÇÕES REAIS DA CI PARA A MUSEOLOGIA

A Museologia apresenta procedimentos e diretrizes que permitem ao museólogo, técnicos e gestores do museu, a trabalharem com a informação visando potencializar, de forma qualitativa e quantitativa, o seu uso para diferentes finalidades.

Para este autor, relativo ao contexto da informação museológica, a Museologia, apesar de seu aparato epistemológico e técnico, que possibilita o desenrolar dos afazeres museológicos sem complicações, falha ao relegar à segundo plano o rol de recursos teóricos e técnicos que a CI possui e que podem auxiliá-lo o museu em suas tarefas.

Considerando as literaturas consultadas para a pesquisa, pode-se, em caráter de exemplo, citar as seguintes contribuições da CI para a Museologia:

- Benefício na gestão da informação para melhoria do trânsito interno e externo da informação no ambiente museológico;
- Validação das informações produzidas pela análise documental;
- Orientação para a construção de “thesaurus”;
- Otimização e qualificação da mediação da informação durante a ação educativa-cultural
- Estabelecimento de normatizações e as políticas de acesso à informação.

Esta perspectiva pode ser ocasionada pela, até o momento superficial ou oculta, participação dos temas trabalhados na Ciência da Informação no cotidiano dos museólogos, ou pela falta de estímulo acadêmico para considerá-la como essencial para o desempenho da atividade museológica.

Para Le Coadic (1998, p. 8) as unidades de informação deveriam considerar o tratamento da informação como primordial desde a sua abertura. Porém, refletimos, se os ensinamentos de formação dos museólogos não exaltam a importância e os benefícios de elevar a informação a um primeiro patamar de trabalho, não se pode esperar que os procedimentos que com ela trabalham, e os conhecimentos disseminados, possuam tantas qualificações quanto poderiam possuir, afetando, claramente, o seu uso e utilidade social (OLIVEIRA *et al*, 2012a; ALVES, 2018).

No cenário que se apresenta, os processos museológicos de salvaguarda e comunicação ainda rezam por cartilhas¹¹ que enaltecem a práxis e pouco auxiliam sobre a construção semântica das informações produzidas.

É prudente por esta razão, apresentar quais as colaborações da Ciência da Informação para a Museologia, apresentando algumas citações de autores que trabalham a interdisciplinaridade entre os dois campos.

Quadro 2: Colaborações da Ciência da Informação para a Museologia

Autor	Possibilidade de colaboração
Ferrez (1991)	Organização da informação: documentação, clareza e exatidão dos dados, definição de campos de informação, normas e procedimentos, controle de terminologia, catálogos, numeração dos objetos, segurança dos objetos
Smit (1993)	Gestão da Memória, produção da informação, mediação da informação, organização da informação, descrição dos documentos.
Castro (1999)	Linguagem documentária; Sistemas de recuperação, transferência e disseminação
Lima (2003)	Análise informacional, pesquisa, disseminação, produção e comunicação informação museológica, produção de conhecimento, contribuições epistemológicas.

¹¹ Entenda-se por cartilhas as publicações especializadas, exclusivas, que se propõem debater exaustivamente uma temática do campo da museologia.

Santo; Murguia (2006)	Mediação da informação, Organização do conhecimento
Le Coadic (2008)	Auxílio em paradigmas patrimonialistas. Noções operatórias da informação. Auxílio teórico em: Uso de Tecnologias da informação, Valorização do acesso e disseminação, Valorização dos aspectos intangíveis, Ampliação das perspectivas de uso da informação.
Araújo; Marques; Vanz (2011)	Aproximações e contribuições epistemológicas.
Rodrigues; Crippa (2011)	Recuperação da informação
Pinheiro (2012)	Informação museológica e comunicação, discurso museológico, Tecnologias de informação, fluxo da informação, transferência de informação, interatividade, ação informacional e comunicacional. Informação e memória.

Fonte: autor (2018)

Considerando o quadro acima, é possível indicar um conjunto de atividades e produtos museológicos que se beneficiariam diretamente desse contato disciplinar, justificando estímulos acadêmicos para a aproximação entre as áreas:

- a) Produção de catálogos e índices;
- b) Otimização dos registros para recuperação e uso da informação;
- c) Certificação dos objetos;
- d) Orientação sobre representação do conhecimento (informação-como-coisa / conhecimento como coisa);
- e) Auxílio para análise dos documentos e adequação semântica;
- f) Proposição de políticas de informação para seu fluxo;
- g) Proposição de protocolos de gestão de acervos manuais e digitais;
- h) Mediação da informação;
- i) Visualização da Memória;
- j) Auxílio no processo de seleção da curadoria e de produção de narrativas (comunicação);
- k) Sistemas ou planilhas de registros de informações diversas;
- l) Manuais;
- m) Thesaurus.

Evidentemente, essas atividades não podem ser consideradas limítrofes as oportunidades de estudos, pesquisas e demais produções propiciadas pela interdisciplinaridade entre as ciências.

2.4 CONTRIBUIÇÃO IMPORTANTE: A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO

A mediação é um ato de se interpor entre uma parte e outra, servindo de intermediário, de elo comunicativo, negociando e articulando elementos que estão presentes na interação existente entre as partes.

Interage e dialoga com as partes, portanto, deve ser capaz de compreender a essência, as falas e interesses, os significados e pretensões de ambas as partes para que se possa obter resultados benéficos para as partes envolvidas, inclusive, benéfica para o próprio intermediário. (CASTRO, 1999; MARANDINO, 2008, LEONEL, 2017; PAULA, 2012)

Fadel et al. (2010, p. 16), em reflexão aos estudos e práticas de interesse da CI, joga luz sobre a definição de mediação da informação, apresentando o conceito concebido por Almeida Junior (2008)

Mediação da informação é toda ação de interferência - realizada pelo profissional da informação -, direta ou indireta, consciente ou inconsciente, singular ou plural, individual ou coletiva, que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional.

Castro (1999, p.16-17) percebe, em menção à Barreto (1994, p. 4) a singularidade da ação comunicativa e mediadora, compreendendo que

[...] provocar a comunicação é ativar a engrenagem informacional [...] pode-se considerar que a informação em seu aspecto fenomenológico ajusta-se a um processo de comunicação, tanto em sua função mediadora na produção de conhecimento quanto como fato social que é, vinculado a processos comunicacionais. Um instrumento modificador da consciência humana que tem como escopo a possibilidade de modificar seu 'estoque mental de informações'

Assim, a ação de comunicação apresenta-se como veículo para transmissão da informação, utilizando-se de ferramentas como a mediação, seja humana ou tecnológica, para atender as requisições informacionais de usuários diversos.

A elaboração da atividade de mediação é realizada sobre o princípio de atender a uma necessidade de informação, esta que direciona o indivíduo (usuário da informação) a procurar pela informação na unidade de informação, manuseando os estoques de informações institucionais para assegurar a apropriação e entendimento (FADEL et al., 2010, p. 18), do conhecimento ali contido pelo usuário.

Promove, neste intuito, a mediação, por meio de um intermediário, atos de interação que sejam estimulantes e prazerosos, sendo simplificadora das mensagens, interpretando-as para os

usuários, aliando à praticidade (enviar dispêndios de tempo, recursos e informações inúteis) e dinâmica no seu cumprimento.

A ação de mediação é interventiva, porém, demanda um estado de neutralidade do da instituição (ou de seu representante) na intermediação entre as partes (instituição/informação – usuário). Ou seja, devem ser evitados predileções tendenciosas para quaisquer partes envolvidas, garantindo que a aquisição do conhecimento seja realizada em satisfação a necessidade de informação e finalidade de uso que o usuário deseja, atenuando quaisquer vícios, para que a informação indicada seja útil ao usuário.

Entretanto, como advertem Fadel et al. (2010, p. 17), a neutralidade desejada na mediação de informações nunca será completa. Em contrário ao que possa intuir, a ausência total de posicionamento do mediador, tornaria a “influência e ações dos profissionais nulas junto a sociedade”.

Ao considerarmos como válida a premissa que as construções de saberes sobre o mundo só se concretizam com trocas e confirmações sociais - entre indivíduos e a coletividade - das diversas e diferentes visões e concepções de mundo, é possível assumir como verdadeiro, que a neutralidade na mediação da informação inviabilizaria a apropriação do conhecimento sob diferentes perspectivas.

Os vícios relacionados à parcialidade e direcionamento políticos são impossíveis de serem eliminados. Sendo assim, discorre imediatamente que sempre haverá a manipulação dos interesses durante a mediação. Observamos três pontos relativos à neutralidade e à manipulação para demonstrar a impossibilidade afirmada anteriormente.

O primeiro ponto é relativo a própria instituição. Atualmente, toda instituição, mesmo que advinda de um patamar hierárquico superior (à instituição ou de órgão social que possa se impor), deve ser orientada por políticas de informação, direcionando quais as premissas que as instituições devem focar na disseminação das informações.

O segundo ponto é relacionado à neutralidade do intermediário da informação. Seja humano ou tecnológico, o intermediário concebe as informações respeitando algumas diretrizes e, como demonstrado acima, interesses institucionais. Ainda, pode recair impor, mesmo que não inconscientemente, sua parcialidade e preferências durante o ato mediativo – no caso dos intermediários tecnológicos, as preferências são substituídas pelas limitações lógicas de sua

programação. Portanto, estes intermediários devem ser capazes de perceberem-se como agentes de modificação social adquirindo, suas atitudes e discursos, grande credibilidade.

Em terceiro, a mediação é direcionada pelas necessidades de informação dos usuários das unidades de informação, além de seu comportamento em relação à busca, apropriação e uso delas. Assim, a ação de mediação, forçosamente, irá decidir pelos caminhos que congreguem as demandas informacionais de seus usuários à proposta informativa da instituição, considerando os diferentes tipos de acesso, diálogo e mensagens apresentados por cada perfil de usuário.

É necessário deixar claro que estes direcionamentos não significam manipulação - em seu sentido negativo - do usuário, mas sim, manipulação da informação, conforme o interesse e possibilidade de ambos, usuário e unidade de informação.

Cabe ao usuário dar-se ao trabalho de conferir, confrontar e ponderar se as informações são válidas e confiáveis, ou seja, se são úteis em atendimento a sua necessidade, já que, provavelmente, a unidade de informação acredita que a informação repassada é a mais conveniente ao usuário.

Nesta perspectiva, a informação disponibilizada institucionalmente, corresponde às conveniências expressas pelos usuários, orienta a uma padronização da informação oferecida. Temos, portanto, um predomínio de informações padronizadas ao usuário “comum” da unidade de informação.

A padronização do discurso – leia-se, do conhecimento que deve ser obtido -, definidos pela comunidade produtora da informação, podem se chocar com as necessidades reais dos usuários. Demandas imprevistas, surgidas do diálogo entre usuário e intermediário, através da atitude interpretativa dos objetos e do ambiente, fazem surgir a exigência por uma informação não prevista pela instituição.

Este tipo de informação é conceituada por Fadel et al. (2010, p. 19) como protoinformação, que se resume em ser a “informação não registrada [oralizada], informação que não se fez, está lá em potência, uma quase-informação, uma possível-informação, uma provável-informação”, ou seja, é a informação que só se efetiva de fato pela conjuntura de alguns elementos que irão constatá-la, atribuindo-lhe significado e uma razão de finalidade ou uso.

O trabalho com a protoinformação é recorrente a todas as formas de mediação, mas fortemente presente na mediação museológica - como será possível aferir mais adiante.

A protoinformação exige que o mediador seja capaz de percebê-la (a iniciativa pode ser do usuário também), capturar sua essência, pela decodificação de seus signos e sinais, realizar a interpretação deles, significá-los e produzir instantaneamente nova informação, moldando-a ao contexto e aos demais dados oriundos da interatividade, conforme se apresentam. Por fim, articulá-la com os estoques de informação relacionados, transformando-se de “proto” para informação de fato.

Este percurso cognitivo de transmutação da protoinformação em informação, pode ser melhor percorrido no uso da Semiótica. Fadel et al. (2010, p. 21) evidenciam que a Semiótica, como campo científico dos signos naturais e artificiais em suas várias perspectivas teóricas [é, aliada à CI] processo que visa resgatar os elementos de conteúdos de discurso e transpô-los, por meio da tradução dos códigos em outra forma, com a finalidade de facilitar a recuperação da informação.

Considerando que a mediação por sua proposta e seus promotores, os mediadores, estão condicionados a realizarem “traduções sígnicas” (FADEL et al., 2010, p. 22), a semiótica oferece as ferramentas que propiciam que o fluxo de informação presente no ato de mediação seja contínuo, sem interrupções relacionadas a lacunas no estoque de informações institucionais.

Fadel et al. (2010), em análise a Chales Peirce (1839-1924), induz que a semiótica é resultante da congregação de três conceitos elementares, a saber: hábitos mentais, semiose e iconicidade.

Tratando individualmente de cada um deles, temos como hábitos mentais a consolidação das reiteradas práticas do indivíduo para interpretação do mundo, ou seja, seria o processo de escolha, união, eliminações e considerações sobre algo, sistematicamente conduzido que o indivíduo utiliza para entender e definir este algo.

Já a semiose, é a capacidade de o indivíduo interpretar constantemente algo, atrelar novos dados, provocando novos entendimentos significativos sobre eles, atualizando e criando distanciamento entre os signos.

Por último, a iconicidade é a habilidade do indivíduo em apontar semelhanças, similaridades e proximidades de algo com alguma outra coisa, que consiga dar-lhe um significado por comparação - agregando ou eliminando possibilidades de possuírem significados próximos.

Os três conceitos, hábitos mentais, semiose, iconicidade, estão cerceados pelo encadeamento de três práticas: “a abdução, a dedução e a indução”¹² (Fadel et al, 2010, p. 22). Elas, possibilitam, em suma, a seleção dos dados mais significantes, obedecendo às estruturas de interpretação consolidadas pelo usuário.

Diante das últimas afirmativas concernentes à semiótica, surge um possível questionamento: seria possível os mediadores tecnológicos realizarem a transmutação da protoinformação - utilizando os princípios e orientações da semiótica – em informação?

Esta questão não será debatida, mas, em uma prévia reflexão, considerando as limitações semânticas destes tipos de mediação, não seria possível. Por consequência, a questão traz à tona a importância da mediação humana para a efetiva comunicação da informação dentro de seus princípios sociais

Na mediação realizada por indivíduos, o mediador é o ator de destaque para que as trocas, interferências e disseminação da informação, sejam realizadas de forma interativa e efetiva (MARANDINO, 2008, LEONEL, 2017). É, portanto, um dos elementos da tríade usuário-intermediário-informação que mais possui prerrogativas para potencializar e otimizar a interatividade proposta pela mediação, pois possui a capacidade de se adequar ao comportamento dos usuários, relativo às suas limitações físicas, psicológicas e social, sendo mais maleável que os recursos tecnológicos.

Carvalho (2003, p. 15) defende e qualifica os mediadores como “o indivíduo que libera o processo inteligente, estabelecendo um plano de coordenação, de decisões organizadas, de sistemas de informação e tecnologias”.

Fadel et al. (2010) exaltam que a mediação é um processo que envolve sujeitos cogniscentes, interpretativos e experientes, que possuem competências, comportamentos e conhecimentos sógnicos próprios – mas que são comuns à uma coletividade.

O mediador é o agente que processa todas essas peculiaridades, estabelecendo a sintonia entre partes, ultrapassando os limites técnicos e tecnológicos em busca de melhor atender os interesses institucionais de seus usuários, são, em suma, empreendedores (CARVALHO, 2003, p. 14).

12 Sobre essas três práticas propostas por Pierce indica-se a leitura do texto dissertativo **Charles Sanders Peirce – A Lógica Pragmática**, produzido por Luciene Felix, disponível em <http://www.esdc.com.br/CSF/artigo_2007_05_logica.htm>. Acesso em 16 jul. 2018.

O'Leary (1987) define os mediadores como “agentes da informação” apresentando como “aquele que procura a informação para outras pessoas” (apud PAIVA, 1990, p. 49)¹³. O agente da informação tem por premissa se ser o profissional da informação que irá indicar “o que e como fazer com a informação” (PAIVA, 1990, p. 49).

É necessária ponderação sobre o papel do agente de informação. Em verdade, idealiza-se que o agente de informação, como mediador da unidade de informação, acesse, conduza, oriente ou procure a informação conforme determinação do usuário, em atenção ao uso e finalidade que ele deseja, abstendo-se de dizer qual informação utilizar e como a utilizar.

O mediador, não irá dizer ao usuário qual informação será útil e o que fazer com ela, mas, apenas, entregar-lhes as fontes adequadas à necessidade informacional apresentada.

Fadel et al. (2010, p. 17) condicionam que os mediadores devem ser imparciais, apolíticos e ativos, não sendo meros reprodutores “das formas de entender e explicar o mundo, quase sempre nos discursos das classes dominantes”. Como aponta Leonel (2017), os mediadores também devem ser cativantes e se apresentarem de forma convidativa, envolvente e não impor sinais de superioridade e desprezo aos usuários.

O usuário, no contexto da CI, é “a pessoa ou organização que necessita de informação especializada de um centro ou serviço de informação existente ou em fase de planejamento” (NEVELING; WERSIG, 1976 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS; 2015, p. 15).

Guinchat e Menou (1994, p. 483 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS; 2015, p. 16) categorizam os usuários por critérios relacionados aos seus objetivos e comportamentos psicossociológicos (atitude e valores). Esses critérios determinam três agrupamentos de usuários, separados por: principal (objetivos), atitude em relação à informação e tipo de necessidade de informação.

Em análise a colaboração de diversos estudiosos sobre os tipos de usuário de informação, Cunha, Amaral e Dantas (2015 p. 18-23) os distinguem entre:

- a) Frequentadores e não frequentadores;
- b) Ativos e passivos;
- c) Comunicadores, buscador de informação, receptor dos serviços de informação e usuário que “usa” a informação;

¹³ O'LEARY, Mick. The information broker a modern profixe. *Online*, 11 (6): 24-30, Nov. 1987.

- d) Com necessidades especiais, delinquente, em experiência, experiente, externo, final, interno, novato, ocasional, potencial, problema, real, simultâneo.¹⁴
- e) Não-usuários;
- f) De peso e moderado.

No contexto da informação, o sujeito “pode se referir não apenas àquele indivíduo que gerencia ou faz uso da informação num sistema, mas também àquele que valida e produz informações e conhecimentos, apropria-se dele e o dissemina em diferentes formas de interação e contextos” (RABELLO, 2013, p. 58).

Para Araújo (2013a), “sujeitos informacionais” são “indivíduos que precisavam de informação, aqueles que recorriam aos serviços de informação, os produtores de recursos informacionais”

Entende-se, celeremente, pelas palavras dos dois estudiosos, que os usuários e intermediários são considerados sujeitos perante a dinâmica e o processo do Ciclo da informação – produção, disseminação e uso.

Compreende-se de Rabello (2013, p. 58-59), que a conceituação de sujeito de informação, sintetiza três dimensões de relacionamento entre atores sociais (sujeito) e objeto (informação). Dimensões que refletem o sujeito:

- a) “Como receptor passivo de informação e como parte integrante do sistema e da cadeia de transferência de informação” (RABELLO, 2013, p. 29)
- b) Como “[...] agente que atribui sentido à informação. [...] enfatiza a interpretação isolada do profissional de informação ou do usuário, descontextualizada socialmente” (ibid., p. 29)
- c) “[...] como um ator cognitivosocial. [...] entra em foco a relação entre linguagem, processo comunicativo e as distintas institucionalidades em que a informação poderá ser agenciada”

As três dimensões apresentam o sujeito de informação primeiramente como um indivíduo que recebe uma informação e, ao mesmo tempo, faz parte do sistema, ou seja, é considerado como elemento que o faz existir.

¹⁴ Este pesquisador indica a leitura na íntegra os autores Cunha, Amaral e Dantas (pp. 20-22) para melhor compreender as escolhas de suas definições.

Nessa perspectiva, o sujeito aproxima-se da definição de usuário, o qual é reconhecido pelo sistema de informação como aquele que recebe, para um determinado uso, a informação já processada, sem passar pelo ciclo de produção de informação.

Pela segunda dimensão, o sujeito é apresentado como o produtor da informação, atrelando sentido ao conteúdo registrado e mantido no sistema de informação. Pela terceira dimensão, o sujeito, é o mediador, o ator que realiza o processo comunicativo, relacionando-se cognitivosocialmente com o usuário e agenciando as informações entre partes.

Observa-se, portanto, que as delimitações conceituais de usuário, agente, mediador e sujeito se entrelaçam e simultaneamente, possuem particularidades que as distinguem dentro da estrutura e do processo de serviço de informação, sendo o sujeito, um conceito mais abrangente sobre todos os atores que estão interligados ao sistema.

O usuário, por sua vez, também apresenta características e motivações específicas no processo de busca pela informação. Na Ciência da informação, estas características e motivações estão refletidas no comportamento do usuário, ou seja, em seu comportamento informacional.

Para este Calva González (2004, p. 107), “as investigações do comportamento de busca da informação tendem a mostrar o que as pessoas fazem para manifestar suas necessidades de informação”. Ou seja, pelo estudo do comportamento informacional, é possível aferir a necessidade de informação do usuário. Portanto, a realização desses estudos conseguirá, através da avaliação das manifestações, das atitudes e das condutas expressas qual a informação que o usuário deseja, como e onde ele irá a utilizar e quais os resultados esperados com a informação obtida. (CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 102).

2.5 A MEDIAÇÃO MUSEOLÓGICA: ENTRELACES COM A CI

Conforme Paula (2012, p.52), a mediação museológica pode abranger três campos: educativo e pedagógico, cultural e da informação. Nestes campos, as atitudes, estratégias e narrativas do mediador pode ser estipulada, condicionada e direcionada para os interesses apresentados pela sociedade ou pela instituição.

Conforme a autora, a mediação educativa e pedagógica tem por premissa ser instrumento de colaboração à formação social, intelectual e moral dos indivíduos. Focando-se

sobre os museus, Paula (2012, p. 55-57) concorda com Marandino (2008) ao perceber as unidades de informação como locais do “*continuum*” de educação não-formal, que tem por singularidade auxiliar a unidades de ensino formal (escolas, colégios, universidades) à complementar e fomentar suas atividades de ensino informal, - quando utilizados sem pretensões relacionadas a vivência do ensino formal.

Por esta concepção, a ação de mediação deve ser concebida, planejada e executada em parceria com pedagogos e professores, sendo essencial criar as diretrizes que atendam genericamente a qualquer usuário, assim como, que atendam a um público específico, que necessita de informações contextualizadas.

Complementar à mediação da informação, a mediação cultural tem por pretensão ser veículo de “comunicação entre culturas” (PAULA, 2012, p. 57), articulando os elementos representantes e constituintes da cultura ao qual tem aspira difundir.

A proposta é exaltar para a sociedade aspectos relacionados aos modos de pensar e fazer de uma parcela dela, de uma comunidade, trazendo verdades que permitam não só os “outros” conhecê-las, mas também “os seus” se reconhecerem, se identificarem como integrantes daquela cultura, representada por elementos materiais e reproduções das manifestações imateriais.

A mesma autora esclarece:

A mediação cultural dá-se no campo da natureza simbólica da cultura, preocupada com a circulação e interpretação dos códigos culturais, bem como busca estabelecer uma possibilidade de articulação e diálogo entre os mundos, visões e estilos de vida dos distintos grupos sociais. (PAULA, 2012, p. 57)

Em seu íntimo, a mediação cultural almeja também educar, formar o pensamento social para o seu desenvolvimento e convivência pacífica entre culturas. Por suas peculiaridades, a mediação da cultura deve refletir e informar com veracidade os significados dos símbolos que (acredita-se) a representa. Neste contexto, para evitar inconveniências, o planejamento da mediação deve ser apoiado por antropólogos ou pessoas com notório saber e vivência na cultura em ênfase.

Deseja-se, pela situação que se mostra acima, que o mediador preferencialmente provenha, ou seja ambientado nesta mesma cultura, para evitar riscos de interpretações dúbias, recorrendo ao risco de elaborar e transmitir informações infundadas.

Paula (2012, pp. 71-75), em sua terceira proposta de produtividade mediativa da informação, sinaliza a participação da CI dentro do cenário museológico. A autora destaca a

concepção dos objetos museais, em sua diversidade, como portadores de informação e que, portanto, para que o usuário se aproprie dessas informações, deve haver interação, partindo do pressuposto que o objeto “em si só não é informação, mas sim um suporte que carrega a informação” (ALMEIDA JUNIOR, 2009, p. 97 apud PAULA, 2012, p. 72). Logo, seria uma “protoinformação”, uma informação-potencial, que só poderia ser promovida pelos mediadores.

A mesma autora (2012) suscita que a mediação da informação, para ser efetiva, deve ultrapassar os limites condicionados pela padronização das informações registradas e padronizadas, que constroem discursos fechados, para oportunizar que novas informações sejam produzidas pela decorrência da interação do mediador com o usuário.

Trata-se aqui de unir as informações produzidas pelos profissionais dos museus através das atividades de pesquisa e documentação museológica, com as obtidas durante a mediação em espaço expográfico, materializadas na exposição ou atividade educativa que disponha a informação contextualizada, organizada, sistematizada e previamente interpretada ao público do espaço (PAULA, 2012, p. 74; FADEL et al, 2010, p 19).

A proposta é vulgarizar a informação museológica, transformando-a em informação de perfil científico e técnico para uma informação acessível à sociedade.

Portanto, quaisquer que sejam as propostas de abordagem da mediação, devem ser oferecidos aos mediadores capacitação sobre métodos de tratamento, abordagem e dinâmica com usuários, além de técnicas que permitam identificar quais as informações que o usuário necessita instruir para articular estoques de informação útil e conseguir trabalhar a protoinformação produzindo a informação instantaneamente conforme o usuário requeira.

Assim, para além do disposto acima, em consonância com as possibilidades de mediação da informação promovida pela CI, é possível otimizar a participação do mediador instruindo-os e esclarecendo como se procede e quais razões são instrumentalizadas todas as etapas de gestão, mediação e uso da informação, propiciando que o mediador, no cenário da novela museológica, passe de mero figurante à coadjuvante, auxiliando demais atores e a direção na tarefa de informar ao público.

Em observação aos espaços museológicos, Marandino (2008, p. 5) questiona:

E quem são os mediadores dos museus? São aqueles que atuam nos setores educativos e/ou culturais dessas instituições, educadores e monitores, mas também os professores, agentes de turismo, ou qualquer outro profissional que trabalhe mediando os conhecimentos apresentados nas ações educacionais dos museus com o público. Esses profissionais, em geral, possuem formação diversificada, seja nas áreas

específicas das ciências ou das humanidades, seja em áreas mais técnicas. Contudo, ao exercer a função de mediadores, todos assumem a tarefa de tornar o conhecimento produzido acessível aos mais variados públicos, despertando curiosidades, aguçando interesses, promovendo o contato com o patrimônio.

Azevedo (s.d., p. 11) considera que

o mediador é um terceiro elemento num processo de construção de uma qualquer realidade fortemente comunicacional no qual desempenha o papel simultaneamente de tradutor, facilitador, negociador, anfitrião embaixador, parceiro, moderador, decodificador, orientador, catalisador e intermediário entre dois ou mais interlocutores, tendo como cenário diferentes contextos de sociabilidade, sendo por isso sua identidade redefinida constantemente. (apud CÂNDIDO, 2013, p.59)

Para Marandino (2008), os mediadores são representantes institucionais dos museus, portanto, espera-se que estejam aptos a mostrar os pontos positivos do museu, oferecerem todo o potencial informativo de representação de uma memória, de um saber ou de uma cultura. Nessa concepção a autora evidencia a necessidade dos mediadores serem capazes de trabalhar com a informação para a geração de conhecimento, observando-se como decodificadores que criam pontes¹⁵ entre os objetos e o usuário.

No contexto museológico, a mediação é, em síntese, uma atividade inserida na prática comunicativa dos museus. Tendo como pano de fundo a informação, a mediação é uma das atividades fins do museu, propondo levar a público o conhecimento produzido institucionalmente através de técnicas museográficas e expográficas¹⁶ que exaltem, para além das informações, diferentes aspectos do objeto, como a sua estética, função social ou valor econômico.

Em restituição à sua realização, a mediação museológica retorna informações complementares tanto aos responsáveis pelas ações educativas e expográficas do museu, quanto aos documentalistas e técnicos, retransmitindo informações coletadas durante a dinâmica de visitação, pelo próprio mediador, observações de terceiros *in situ*, em contato e consulta direta com o público ou por autodiagnóstico.

No âmbito da mediação museológica, o mediador é o elemento que permite

[...] a produção e as trocas simbólicas, sendo que a comunicação constitui-se de uma rede complexa de germinação de informações, negociação e consumo, e na qual prevalece o valor simbólico sobre os usos e troca. [...] o profissional da comunicação estrutura o discurso museológico buscando se referenciar nos códigos culturais do

¹⁵ Paula (2012, p. 73), em referência à Almeida Junior (2009) critica esta visão, pois consideram a expressão ponte como um elo “passivo e estático”, o que, em verdade, “deve ser algo passivo e dinâmico”.

¹⁶ Como explicam Matos e Mello (2012), “A Museografia é responsável pela organização do espaço museal que vai desde a climatização do local até a salvaguarda do acervo. [...] Expografia é a área da Museografia que se ocupa da definição da linguagem e do design da exposição museológica (FRANCO, 2008, p.61)”.

público, para com ele dialogar. O profissional da comunicação museológica constrói a inteligibilidade, para ele, para o outro, que divide consigo a responsabilidade pela produção, e para o público. (CURY, 2007, p.76)

Cabe ao mediador estar apto a produzir novas informações, utilizando o diálogo aberto com o usuário como recurso para compreender suas necessidades, que por serem específicas, devem receber sua especial atenção, pois dela, os estoques de informação poderão receber atualizações e incrementos.

Ressalta-se que o mediador só poderá ser eficaz nessa empreitada se for conhecedor de seu público (MARANDINO, 2008), possuir ou ter acesso a conhecimentos mais específicos sobre o acervo e os objetos e receber a capacitação, é esta qualificação que vai possibilitar ao mediador, identificar as necessidades de informação do usuário.

Situado com articulador do fluxo da informação dentro do museu, o mediador é o principal responsável pela interação humana com o usuário nesse espaço. Este deve ser considerado um elemento do serviço de informação, portanto, um recurso disseminador da informação, porém, com melhor qualificação do qualquer outro recurso audiovisual ou tátil. Ele não só apresenta, ele verdadeiramente participa da interação, em outras palavras, ele vivencia a interação.

Neste sentido, sugere-se refletir sobre as formas de interação do mediador com o usuário na realização de seu trabalho. As seguintes formas de abordagem devem ser consideradas:

- a) O mediador vai até o usuário e o se oferece para intermediar a visitação. Pode ou não acompanhar a visitação conforme solicitação do usuário.
- b) O mediador vai até o usuário e informa que quaisquer “dúvidas” ou questionamentos basta requisitá-lo, mas não o acompanha.
- c) Quando em grupos, o mediador se posiciona como “tutor” dos usuários, os guiando no ambiente museal.
- d) O mediador se mantém em passividade na espera ser abordado pelo usuário.

Com destaque ao item c), o mediador é o dono da palavra. A interação privilegia a condição unidirecional da transmissão do conhecimento. A informação é selecionada, direcionada e específica a uma pseudodemanda que o mediador acredita que o usuário possua.

Referente ao item d), salienta-se que algumas variáveis podem modificar, negativamente, as formas de abordagem dos mediados junto ao usuário, prejudicando ou anulando a possível interação. Aproximando a passividade do mediador frente ao usuário de

indisposições, é valoroso apresentar algumas situações observadas por Le Coadic (1998) nas quais o mediador evita promover a interação com o usuário:

- a) Não quero perguntar ao usuário – nega-se o contato com o usuário.
- b) Não quero questionar o usuário – não há refutação ao pedido do usuário, o mediador apenas atende à demanda. Não há aprofundamento sobre a demanda.
- c) Não sou capaz de perguntar ao usuário – não há interação ou a esta é limitada.

Essas formas de abordagens apresentadas supra, considerando o mediador em diferentes cenários de interação com o usuário, é salutar na dinâmica de compreensão das razões que levaram o usuário a se sentir tido satisfeito ou não, sua necessidade por informação, pela unidade de informação.

Portanto, a disposição e habilidade do mediador para o contato ou não-contato com o usuário são fatores fundamentais que precisam ser avaliados previamente para que não interfira na identificação das necessidades dos usuários e nos conhecimentos a serem transmitidos.

3 NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

A dramatização da realidade social humana, presente em produções audiovisuais, consegue, por seletivas vezes, apresentar ações e aspectos do indivíduo e da coletividade que remontam à teorias, teses e ideologias que sintetizam o comportamento do homem como ser social.

Relativo ao cenário relacionado à necessidade de informação em unidades de informação, duas produções se destacam:

O filme o “Óleo de Lorenzo” expõe, mesmo que de forma superficial, a rotina das bibliotecas americanas. Nele, é observável a participação do atendente da biblioteca como intermediário na gestão da informação e do conhecimento, bem como de interagente entre os conhecimentos do usuário, dos estoques de informação (livros) e dela própria (sua experiência profissional).

O longa-metragem remonta a saga do casal Augusto e Michaela Odone em busca de informações que lhes permitissem encontrar uma cura para a doença de seu filho Lorenzo, portador de adrenoleucodistrofia. Para este fim, utilizaram frequentemente a biblioteca como espaço para obter informações

Evidenciamos o seguinte diálogo entre Augusto e Beth, a atendente de uma biblioteca:

“- Augusto, mas o que você está procurando?

- [...]

- Oh! Está bem, escreva tudo pra mim, escreva tudo pra mim”. (O ÓLEO ..., 1992)

Este recorte dialógico se torna interessante pelo desenrolar dos fatos e atos, contundentes à participação da bibliotecária na intermediação do usuário – Augusto – e as fontes de informação. Observa-se que a medida que a bibliotecária lhe oferecia mais fontes de informação úteis, o seu conhecimento se apurava demandando, até mesmo, mais informações, de modo que, o conhecimento necessário para a elaboração da cura para a doença adrenoleucodistrofia fosse encontrada.

A medida em que o personagem Augusto frequentava a biblioteca, entre consultas e uso das informações obtidas em livros de medicina, ele mantinha contato com Beth, trocando informações e a indagando sobre suas descobertas, considerando, implicitamente, com ela era a pessoa capaz de lhe compreender e, por meio de sua experiência e competência profissional, indicar-lhe mais informações acerca das demandas surgidas pelo aprofundamento no assunto ao qual reservava seu esforço.

O produto final das pesquisas de Augusto permitiu a criação de um remédio, o Óleo de Lorenzo, medicamento que contribuiu e revolucionou o conhecimento médico sobre a doença. O maior retorno social para o país de Lorenzo veio alguns anos depois da descoberta, a concessão do título de doutor *honoris causa*.

A segunda produção de destaque apresenta um Museu cujo acervo apresenta “artefatos criminológicos autênticos”. No capítulo intitulado “Black Museum” (2017), do seriado original produzido pela Netflix Black Mirror, o referido museu pertence a um senhor chamado Rolo Haynes, cujo passado profissional estava diretamente relacionado aos objetos presentes no museu. Para além de dono e gerente, esse senhor, também, era o mediador do museu. O mote do filme é contar a história de três objetos que possuem simbolismos singulares para o dono do museu.

O desenrolar do filme apresenta uma jovem mulher, Nish, que interrompe a sua viagem para abastecer seu carro em meio a um deserto. Devido ao tempo que precisaria para recarregar o seu carro elétrico, resolve se aventurar no “inesperado” museu próximo ao local estacionado.

Ao ser recepcionada pelo dono e mediador do “Black Museum”, a jovem que demonstra desconhecer a temática do “mundialmente famoso” museu, sonda inicialmente os objetos, divagando pelo espaço ao mesmo tempo que o mediador mantém breve conversa introdutória para apresentar o museu. Destaca-se o seguinte trecho proferido pelo mediador:

Haynes: Vamos começar! Você está de férias?

Nish: Mais ou menos, o meu pai mora aqui (Ah!). É aniversário dele e minha mãe quer fazer uma surpresa.

Haynes: E você é a surpresa?

Nish: Hum... parte dela, talvez.

[...]

Haynes: Dá uma olha, sem pressa, vê o que chama a sua atenção. Se alguma coisa despertar interesse eu posso contar tudo a respeito. [...] como a nossa atração principal [...] mas uma coisa de cada vez. (Black Museum, 2017)

O desenvolvimento deste ato decorre de diversos relatos que informam sobre as origens, histórias e razões para a preservação deste objeto como um documento que recorda a história vivida.

Contextualizado através das duas produções, o importante é que percebamos nelas as dinâmicas de produção, disseminação, mediação e uso da informação dentro de duas unidades de informações de interesses distintos.

1. O papel chave da informação registrada, de origem científica e do estoque de informação das bibliotecas para possibilitar a construção do conhecimento;
2. O comportamento informacional do usuário dentro da biblioteca;

3. A forma de apresentação das informações – como destaque ao uso de recursos tecnológicos, mas que não se desprendem às formas tradicionais de apresentação da informação (tarjetas e placas);
4. A dinâmica existente entre usuário e intermediário concernente ao Ciclo da informação;
5. As concepções de estímulo à visitação ao Museu – os motivos que levam e afastam os visitantes ao museu.

Nos dois filmes, tanto a abordagem de Beth quanto a de Haynes representam táticas de abordagem do mediador da unidade de informação junto ao usuário. De formas diferentes, dão abertura ao usuário para questionar, apresentando qual informação ele precisa com maior exatidão.

Questionar é o primeiro passo para identificar a necessidade de informação do usuário (LE COADIC, 1998) e, conseqüentemente, satisfazer o usuário indicando-lhe a informação útil e adequada. Entretanto, a questão apresentada pelo usuário precisa ser bem formulada e compreendida pelo mediador que, ou abrirá uma gama de fontes de informação, ou entregará a informação que permita ao usuário obter o conhecimento necessário.

Este capítulo irá apresentar a importância de conhecer a necessidade de informação do usuário da unidade de informação e do mediador como elemento potencializador da comunicação da informação, da produção de novos conhecimentos e de uso coerente da informação requerida ou obtida.

3.1 CONSIDERAÇÕES INTRODUTÓRIAS

O cotidiano de alteridade, vivido pelo indivíduo em meio social, demanda que suas atitudes e comportamentos sejam compatíveis não apenas com seus interesses particulares, mas também com a de sua coletividade. O desejo individual, por vezes, deve ser suprimido ou alterado para que os interesses sociais em comum sejam alcançados.

Em resposta a necessidade de adequação cognitiva, natural, social ou ambiental, os indivíduos procuram adequar seu status de conhecimento com informações sobre distintos assuntos obtidas por diferentes meios de comunicação (CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015). Calva González (2004) tipifica esta situação como um fator de influência externa.

Com igual peso, os fatores internos dos indivíduos para o autoconhecimento, desenvolvimento ou crescimento intelectual de habilidades e realização de metas, combinados com os fatores externos, estimulam o indivíduo na busca por informações (CALVA GONZÁLEZ, 2004).

Para Cunha, Amaral e Dantas (2015), em síntese ao pronunciamento de outros estudiosos, o ato de buscar informações indica que o indivíduo carece de algum tipo de conhecimento para plena vivência em sociedade. Por essa linha de pensamento, a definição de necessidade proposta por Line (1974, p. 87) dá substância a esta carência de conhecimento: “necessidade é o que o indivíduo deve ter para desenvolver o seu trabalho e suas pesquisas, para o seu crescimento pessoal e lazer etc” (apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 3).

Sobre o prisma da Ciência da Informação, a necessidade de informação está relacionada à gestão da informação, sua produção, disseminação, mediação, uso e aos comportamentos dos usuários quando em posse da informação, como será debatido adiante (CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 142).

A necessidade, neste contexto da CI se apresenta ora como uma representação abstrata do “por que a pessoa busca, encontra e usa a informação” (CHEN, 1982 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 5), ora como

[...] uma premência de saber, compreender ou descrever determinado assunto, premência surgida de uma motivação com o objetivo de obter uma visão mais clara, mais eficiente de uma realidade existente no meio ambiente sócio-político-cultural que afeta o indivíduo (BETTIOL, 1990).

Ou como constatação, pelo indivíduo da existência de uma lacuna no conhecimento que possui e que o impede de ser produtivo, mantendo-se em estado de inatividade diante da situação que se apresenta. Dervin (1983) define essa situação no seu modelo “sense-making”, definindo a lacuna existente como uma “vazio cognitivo”.

O modelo de construção de sentido de Dervin esclarece a razão do usuário de contextualizar elementos com o qual se relaciona, valorizando-os como fonte de informação para complementar o vazio cognitivo existente, ou seja, de necessitar interpretar ou reinterpretar seu entorno para dar solução à lacuna.

Para Belkin (1980), a consciência do indivíduo para a existência da lacuna no conhecimento, representa um “Estado Anômalo do Conhecimento” (BELKIN, 1980). Como explicam Cunha, Amaral e Dantas (2015, p. 89), a perspectiva trazida por Belkin realiza a abordagem sobre o momento entre o estado de inconsciência e consciência do indivíduo em necessitar adquirir conhecimentos para agir. Assim, “essa percepção do estado inicial do

conhecimento é denominada de ‘estado anômalo’, pois pode significar lacunas de informação, incertezas e incoerências” (ROLIM E CENDÓN, 2013 apud CUNHA, AMARAL, DANTAS, 2015, p. 89)

Choo (2003) reflete que a necessidade de informação existe em razão de elementos cognitivos, emocionais e situacionais. Antes tornar o indivíduo ativo na busca e uso da informação, a necessidade

é filtrada pelos diversos níveis de consciência do indivíduo, do visceral ao consciente e ao formal. Geralmente se inicia com o indivíduo tendo uma vaga sensação de intranquilidade sobre o seu grau de conhecimento ou entendimento de uma situação. Tal necessidade visceral é aos poucos clarificada por meio de conversas com outras pessoas, observações e reflexões, até que o indivíduo seja capaz de expressá-las sob a forma de uma narrativa ou de afirmações dispersas [...] é transformada em uma pergunta [...] apresentada a um sistema de informação. (CUNHA, AMARAL, DANTAS, 2015, p. 131).

Em essência, a necessidade de informação pode ser, em compreensão às três visões apresentadas, **um motivo**, como exposto por Chen, para o indivíduo adentrar no Ciclo da informação; **uma substância**, como aferido de Bettiol, que permite ao indivíduo se relacionar com o seu meio; ou **um elemento**, apresentado por Belkin, que completa um espaço, uma lacuna, existente no conhecimento tácito do indivíduo.

Notamos que a necessidade de informação tanto de Bettiol, quanto de Belkin, mantém proximidade com o pensamento de que falta algo interno ao indivíduo, de ordem imaterial, intangível, que o condiciona a adquirir novos conhecimentos.

Ainda, para André Tricot (2004), existe a possibilidade de citar nove definições de necessidade de informação, as quais observa, após progressiva reflexão sobre oito definições, em sua nona definição, que a necessidade de informação se apresenta quando: precisa de um conhecimento que não existe, ou que não se possui, quando necessita de um conhecimento mais abrangente para uma situação, um conhecimento adequado a determinado contexto, ou para ratificar um conhecimento constante em informação emitida.

Esta consciência gera um desejo pelo conhecimento (SANZ CASADO, 1994 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 10), provocando uma demanda por uma informação, decorrendo a sua busca e uso (LINE, 1974, p. 87 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 3-4; FIGUEIREDO, 1994).

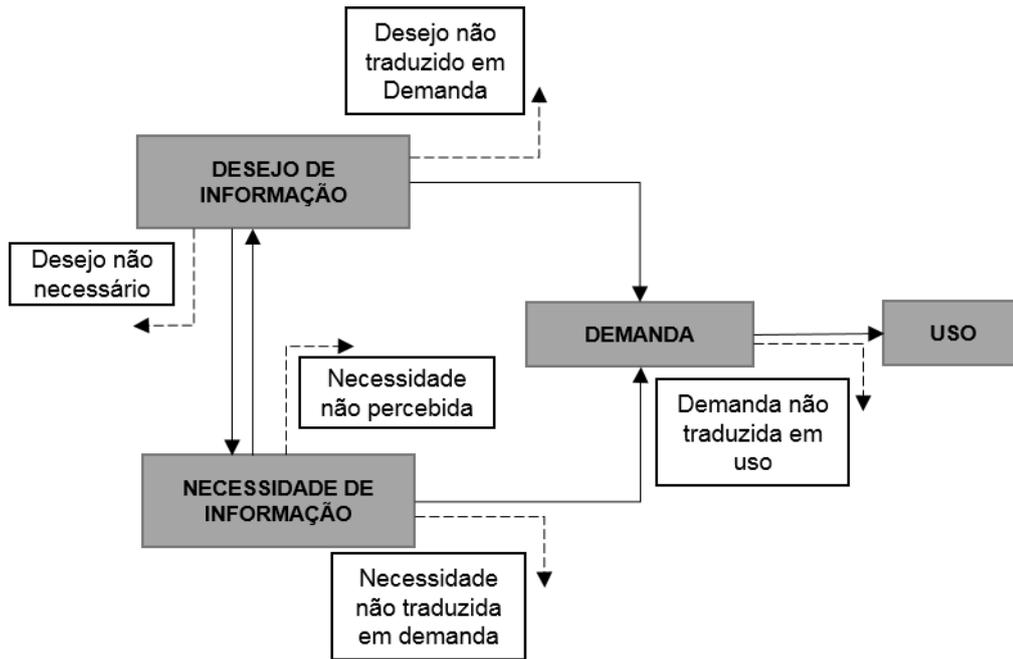


Figura 2 - Relação entre necessidade, desejo, demanda e uso da informação

Fonte: González-Turiel (2005, p. 77 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 13)

Como apresentado por González-Turiel (apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 13), através do fluxograma apresentado na figura 2, observamos as ligações e dependências entre os conceitos de desejo de informação e necessidade de informação as quais diferem-se, mas convergem para o surgimento de uma demanda por informação, estando esta, obrigatoriamente vinculada a uma situação de uso da informação. Apresenta-se, portanto, um fluxo simples¹⁷ de ordem cognitiva e comportamental, expresso obrigatoriamente na demanda.

Observando-se, na figura 2, o fluxo – de via dupla - existente entre o desejo e necessidade de informação, é demonstrado que estes estejam definidos para que a demanda por informação seja exposta ao serviço de informação. Sem esta definição, o fluxo não é realizado, ou, na melhor das hipóteses, a demanda é deficitária, o que dificultaria o serviço de informação a obter e fornecer a informação útil para uso pelo indivíduo.

Para Wilson (2000) a necessidade de informação é elemento que antevem as demais manifestações e relações procedidas pelo usuário no serviço de informação. A definição da

¹⁷ Neste fluxo, não é indicado se o usuário já tem consciência da informação que necessita ou que deseja uma informação. Apresenta apenas os caminhos que o usuário pode percorrer para indicar sua demanda ao intermediário da Unidade de Informação. Esse fluxo é importante para que o intermediário saiba qual a situação atual do usuário em relação a demanda: O usuário percebe que possui uma necessidade? Ele sabe definir essa necessidade? Ele manifestou o desejo por uma informação?. Outras questões podem ser suscitadas, mas estas são suficientes para exemplificação.

necessidade – sendo a certa ou não - mobiliza os recursos e demais elementos do sistema para efetivar a “troca de informações” (Figura 3).

Modelo de comportamento informacional de Wilson

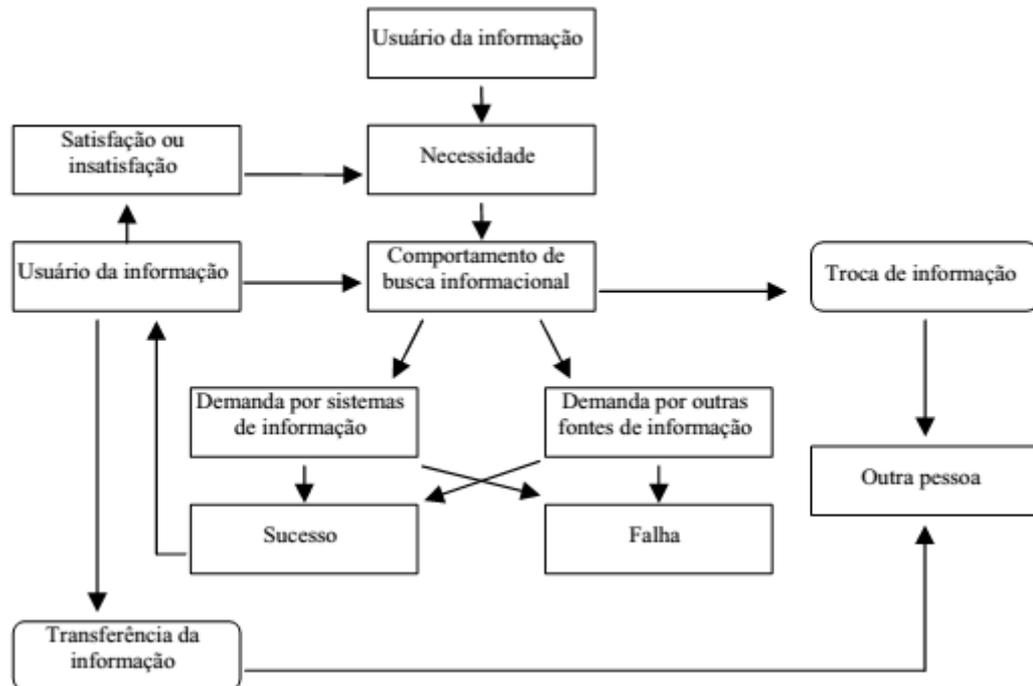


Figura 3 - Modelo de comportamento informacional proposto por Wilson
 Fonte: Wilson (1981 apud Martínez-Silveira, Oddone, 2007)

Pela figura 3, Wilson evidencia que o usuário de informação, percebendo que necessita de uma informação, assume o comportamento de acessar sistemas de informação específicos, recorrer a fontes de informações alternativas ou até mesmo, manter contato com outros indivíduos.

Entretanto, o fluxograma parece falhar em expor um ponto final neste fluxo. Por um lado, se o usuário obtiver sucesso em obter a informação que deseja, ela obrigatoriamente conclui na efetiva transmissão da informação para uma outra pessoa. Atenta-se que o sucesso na obtenção da informação confirma o indivíduo como usuário de informação, porém, em relação à real contribuição desta informação para a demanda que se apresenta não é garantida.

Ou seja, se a informação satisfaz ou não satisfaz o usuário parece ser irrelevante, pois, conforme apresentado por Wilson, ambas resultam em nova necessidade e, portanto, novo comportamento informacional. Entretanto, em mesma possibilidade, a informação, independente se qualificada a satisfazer a demanda, ou seja, se é a informação verdadeiramente útil, é transferida para uma outra pessoa.

Por um outro lado, como demonstrado por Wilson, a falha em obter a informação finaliza o fluxo comportamental de busca, cessando-o sem necessariamente atender a demanda ou gerando novo comportamento informacional.

Nesta pesquisa, este fluxo, apesar de apresentar incongruências ou suscitar questionamentos, não será revisto. Apesar de explorar o comportamento informacional do usuário, que, evidentemente tem íntima participação na identificação da necessidade de informação do usuário, o fluxo apresentado por Wilson, em primeiro momento, não interfere no desenvolvimento do estudo em pauta.

Le Coadic (1998), em reflexão sobre a temática, apresenta coerência com os demais autores já citados, acrescentando que a necessidade de informação surge de um impulso inconsciente por um saber, um ato natural e não controlado pelo indivíduo, mas que ao ser percebido, ou seja, tê-lo consciente, mobiliza o indivíduo na busca por informação.

Ainda por este autor, as necessidades de informação são derivadas de outras necessidades já sanadas pela obtenção de uma informação, ao tempo que provoca a tomada consciente de outra necessidade que pode vir ou não a gerar demanda por informação, dando continuidade ao ciclo existente e aumentando, evolutivamente, o conhecimento pessoal. (LE COADIC, 1998)

Calva Gonzáles (2004, p. 41-42) condiciona o aparecimento da necessidade de informação à produção de novos conhecimentos, pela exigência de adaptação do indivíduo ao meio ambiente, para criar mais informação ou para simplesmente possuí-la.

Para ele, o homem se desenvolve pela adaptação ao meio, trocando informações e conhecimentos com e sobre este meio. Essa troca é realizada através do contato social, da cultura e dos desenvolvimentos científicos e tecnológicos. Produz, para isso, recursos visuais, sonoros, impressos e eletrônicos que documentem seus progressos.

O modelo sobre a necessidade de informação, ou modelo NEIN, proposto por Calva González (2004, pp. 153-170), apresenta teorias e métodos que possibilitam o estudo da necessidade de informação como um fenômeno. Este fenômeno é observado a partir de três fases: surgimento da necessidade, comportamento informativo e satisfação das necessidades. Somente com a compreensão desses três aspectos, a necessidade de informação pode ser identificada por completo.

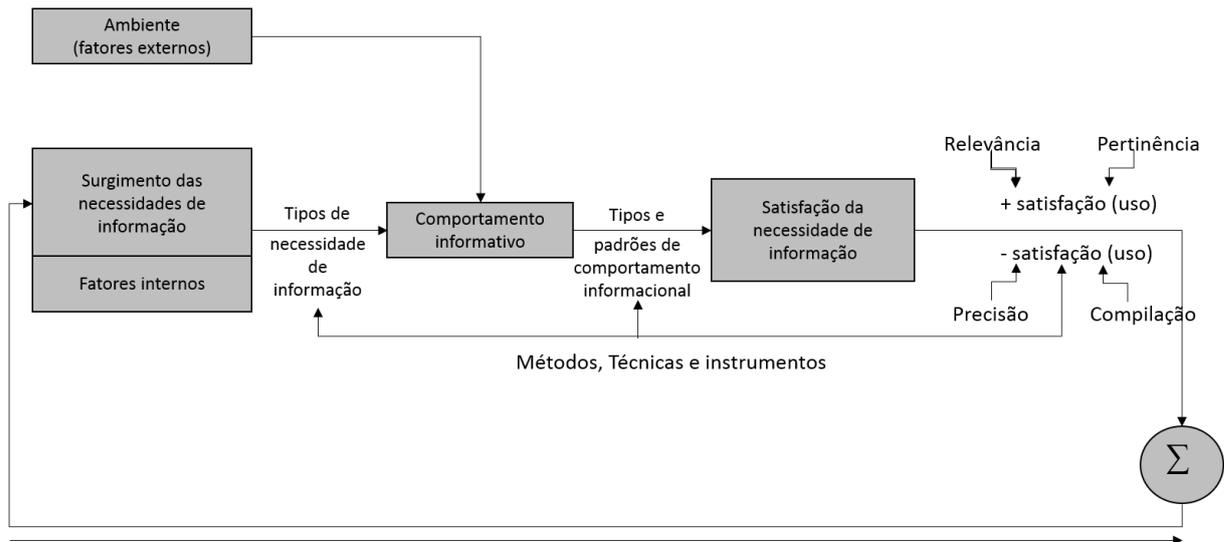


Figura 4 - Modelo NEIN

Fonte: CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 168

CUNHA, AMARAL e DANTAS (2015, p. 136) ponderam que

as NEIN traduzem um estado de conhecimento no qual alguém se encontra quando se confronta com a exigência de uma informação que lhe falta e lhe é necessária para prosseguir um trabalho. Elas também não podem estar separadas do contexto, da situação, do ambiente, que são essenciais para o seu diagnóstico.

A leitura do fluxograma montado para o Modelo NEIN apresenta as três etapas necessárias para oferecer ao usuário a informação útil à demanda que apresenta. As etapas se complementam, mas não são dependentes entre si - como veremos mais adiante.

Para o sucesso da investigação, o autor compreende que processo investigativo deva ser iniciado pela definição clara das necessidades de informação, pois condiciona a existência das demais etapas.¹⁸

Estas necessidades podem ter origem em fatores internos ao indivíduo, mas, em paralelo, podem ser estimulados pelo ambiente no qual convive. Os diferentes tipos de necessidade de informação são constatáveis em observação ao comportamento que o indivíduo demonstra pelo uso do sistema de informação. É válido ressaltar que o comportamento pode também condicionar ou revelar os fatores externos que determinam a necessidade de informação.

¹⁸ Compreende-se que, não sendo obrigatória a execução de todas as etapas, o investigador possa ser exposto a situação na qual apenas pode ter acesso inicial ao comportamento de busca do usuário, desconhecendo sua necessidade de informação. Pode ser fato exemplo desta situação a interpelação do intermediário junto ao usuário quando o primeiro observa que o segundo possui dificuldades na consulta autônoma no sistema de informação. O intermediário ao verificar tal dificuldade através do comportamento do usuário pode iniciar um processo de intervenção, consultando o usuário sobre qual a informação ele está procurando e para qual razão. Descobre-se assim, qual a necessidade informativa que levou o usuário a buscar a informação e se demonstrar determinado comportamento.

Pela terceira etapa, verifica-se a satisfação do usuário perante a informação obtida. Se a informação atendeu a sua necessidade informativa de forma positiva ou negativa. Na terceira etapa é possível comprovar a eficácia do sistema de informação como provedora das fontes de informação necessárias à demanda apresentada.

Observa-se que os métodos, instrumentos e ferramentas de aferição promovida pela metodologia de Calva González são aplicadas nos fenômenos que emergem das etapas delimitadas pelo autor. A metodologia procura confirmar e validar os elementos determinantes de cada etapa – uma necessidade específica, o comportamento padrão e a avaliação da satisfação.

Ou seja, ela é utilizada sobre as necessidades já existentes – mesmo que não estejam claras ao usuário ou intermediário -, sobre o comportamento manifestado, observável e padronizável e sobre a possibilidade de indicação, do usuário, de sua satisfação ou não satisfação com a informação obtida.

Como explicado por Calva González (2004, p. 167, tradução nossa), compreendemos que os métodos, ferramentas e instrumentos:

No primeiro caso se investigará a pessoa em seu ambiente, suas características particulares e a informação que necessita para adaptar-se ao esse meio. No segundo caso, que é o mais estudado, se analisará o *modus operandi* do sujeito que está buscando a informação já que este é o momento em que apresenta um tipo padrão de comportamento em particular. No terceiro se questionará o que ocorre uma vez que o usuário já tem a informação que foi proporcionada por uma fonte de recurso, já que este é o instante no qual o sujeito valora seu estado de satisfação ou de insatisfação.

Em outras palavras, a metodologia afere se os elementos que se apresentam – a necessidade de informação, o comportamento e a satisfação - são consistentes, passíveis de validação via mensuração e interpretação, comprovando se a informação foi útil ou não à demanda do usuário. Dessa validação, o fluxo poder ser concluindo ou ser retomado – pelo surgimento de nova necessidade ou por não atender a demanda, ponderando-se os pontos positivos e negativos da informação obtida frente a demanda do usuário (Σ) a qualificando como substancial. O resultado da ponderação poderá levar a satisfação, insatisfação ou, mesmo satisfeita a necessidade inicial, ao surgimento de nova necessidade previamente desconhecida do usuário.

Pelo apresentado por Calva González, podemos concluir que a necessidade de informação, como fenômeno, ultrapassa a simples concepção de ser um estado anômalo de conhecimento, mas é também, uma resposta cognitiva a uma exigência do ambiente, reveladas por indícios que direcionam comportamentos padronizados no usuário.

Dessa maneira, apenas se confirma ter havido e qual seria essa necessidade passado o processo de busca e obtenção da informação. Nesse sentido, a parte referente à satisfação da informação possui valorização frente às demais, pois é nessa parte que a informação obtida será utilizada e, portanto, confrontada às necessidades dos usuários.

Diante do exposto, considerando que não é possível definir com facilidade um conceito de necessidade de informação, sugere-se formatar o conceito de necessidade de informação como um estado desperto do indivíduo que percebe o vazio no conhecimento e que o mobiliza em busca de uma informação para ocupar esse vazio em resposta a uma provocação, interna ou externa, para tomada de atitude.

O indivíduo torna-se consciente que precisa de algo, o conhecimento, para responder ou dar continuidade ativa a uma demanda. É uma ação de dimensão intelectual, prática, psicológica – neste último caso, podendo assumir um caráter de satisfação particular, como para satisfação estética e/ou emocional.

3.1.1 Tipos de necessidade de informação

Para Le Coadic (1998, p. 22) as necessidades de informação podem ser de dois tipos: as voltadas para o conhecimento e as voltadas para a ação. As primeiras, são “deriva do desejo de saber” (LE COADIC, 1998, p. 22) e estão relacionadas ao crescimento, atualização ou confirmação de conhecimentos visando alterar sua percepção de mundo. O segundo tipo de necessidade deriva da contínua ação humana sobre o meio em que vive para fazer uso profícuo dos recursos disponíveis, ou seja, está relacionada a uma tomada de atitude do indivíduo em uma situação específica.

De percepção parecida, Dias e Pires (2004, p. 10) tipificam as necessidades de informação conforme a sua função, dividindo-as em: de conhecimento, da ação, da necessidade humana (para sanar alguma necessidade básica), de desejos, de demandas e de uso.

Kotler (2000, p. 43 apud CUNHA, AMARAL, DANTAS, 2015, p. 50) adicionam suas tipologias de necessidades, concebidas pela “abordagem de marketing”:

- a) Necessidade declaradas
- b) Necessidades reais
- c) Necessidades não declaradas
- d) Necessidade de “algo mais” (insuficientes)

e) Necessidades secretas

Portanto, para Kotler, as necessidades o indivíduo pode estar ciente de sua necessidade, assim, podendo declará-la, mas isso não implica em as qualificar como reais ao contexto atual (mas pode ser uma necessidade real para algo do passado ou porvir). De mesma forma, o indivíduo pode não achar importante declarar a sua necessidade, onde, neste contexto, sua necessidade está oculta.

A ocultação da necessidade não pode ser equiparada à secreta, visto que a secreta, por princípio esta obscurecida do próprio indivíduo, sendo descoberta por algum estímulo. A oculta é conhecida do indivíduo, mas prefere não a expor. A não ocultação ou o não conhecimento da necessidade (secreta) pode ser em razão da insuficiência de informações. Assim, o indivíduo pode perceber a necessidade de um “algo mais”, uma informação à mais, que supra a insuficiência de informações atuais.

Já Calva Gonzalez (2004, p. 76-77) observa a existência de cinco tipos de necessidade de informação, ligadas diretamente às questões de carência de conhecimento, influência do ambiente e características particulares do indivíduo. As cinco tipologias definidas pelo autor são:

Por sua função, utilização e uso

Está relacionado ao uso da informação em interesse de realizar uma determinada ação. São necessidades que demandam informações voltadas para responder a questões de ordem pragmática, recreativas, profissionais e educacionais (PRASAD, 1992, p. 36-37 apud CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 78).

Ainda, agrupa necessidades geradas para atualização pessoal, para a solução de problemas ou para conhecer mais sobre o assunto. (BETTIOL, 1990, p. 62; MENZEL, 1966, p. 41-49; VOIGT, 1961 apud CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 79)

Em referência a Premssmit (1990, p. 383 apud CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 80) o mesmo autor menciona que a informação documental é consultada com interesse em obter informações atualizadas, sobre estudos e dados relevantes, ou ainda, para o desenvolvimento de temas de investigação.

Figueiredo (1994, p. 14) apresenta diferentes tipos de necessidades de pesquisadores que se enquadram nesse tópico, a saber: atualização periódica sobre um tema, para solução de um problema momentâneo, investigação retrospectiva sobre um tema, revisão de conhecimento e informações produzidas por outras áreas sobre o mesmo tema.

Por sua forma de manifestação

A segunda tipologia “constitui-se com base no comportamento que apresentam as pessoas e [...] pela forma que se manifestam a necessidade apresentada pelo indivíduo” (CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 84, tradução nossa)

As diferentes formas que o indivíduo apresenta e manifesta a sua necessidade é o que permite criar uma divisão das necessidades de informação nessa tipologia. Calva González (2004) considera a existência das seguintes divisões:

NECESSIDADE DE INFORMACIÓN

Por su manifestación

Fuertes e intensas	→	Expressadas
Débeis	→	Não expressadas

Por seu conteúdo

É o tipo de necessidade que se “agrupam, pela insuficiência de conhecimento, no sujeito, que busca a satisfação desta com a informação que cubra, em específico, esse tipo de conhecimento que lhe faz falta” (CALVA GONZÁLEZ, 2004, p. 87, tradução nossa).

Referem-se à necessidade por conhecimentos provenientes de resultados e dados de pesquisa, de teorias e outras fontes de saber científico. São necessidades que estimulam a obtenção de informações conhecidas para resolução de determinado assunto.

Por sua posição no tempo

Tipo de necessidades influenciadas pelo momento temporal no qual será utilizada ou tem previsão de uso. Por essa tipologia, as necessidades se relacionam com o uso imediato da informação (no presente) ou de uso futuro, a ser obtida em momento específico.

Segundo Calva González (2004, p. 93) as necessidades de uso imediato são aquelas que já foram expressadas pelo indivíduo. São, portanto, também necessidades de tipos fortes e persistentes. Ao contrário, as necessidades não expressas, que estimularam uma busca por informação futura, são consideradas também de tipo fraco, pois poderão não vir a se concretizar em uma mobilização do indivíduo para sua satisfação.

Por seu caráter coletivo ou particular

Esta tipologia considera que a necessidade por informação pode se apresentar pelo indivíduo em razão de um desejo pessoal ou por uma imposição grupal para satisfação de um conhecimento em comum. Esta tipologia é melhor representada pelo público vinculado à instituições de ensino.

Nesta tipologia é considerado o fator de influência exercido pelo ambiente e pelas relações sociais vivenciada pelo indivíduo. De igual forma, considera os interesses particulares do indivíduo na busca pela informação, para autorrealização.

É importante frisar que Calva Gonzalez (2004, p. 77) determina essas tipologias considerando a “existência de informações documentais” que conseguem satisfazer a cada um tipo de necessidade imperativa. Assim, as cinco tipologias de necessidades podem ser observadas e definidas pelos gestores de informação dentro de suas unidades durante o processo de busca de informações.

A partir dos quatro autores, podemos observar que em comum, as definições de cada categoria, convergem para dois pontos em comum, a obtenção da informação para fins de conhecimento ou de ação. O quadro 3 apresenta uma síntese desta percepção:

Quadro 3: Síntese das tipologias das Necessidades de informação

Conhecimento	Ação	Observações
Saber (Le Coadic)	Ação (Le Coadic)	
Conhecimento (Pires; Dias) Conteúdo (Calva González)	Ação (Pires; Dias)	
Necessidades básicas (Pires; Dias) Particular ou coletivo (Calva González)		Obter conhecimento prévio para sanar necessidades relacionadas às necessidades básicas do indivíduo ou que possam atender a uma coletividade. Exemplo: aprender a fazer fogo
Demandas (Pires; Dias) Tempo (Calva González)		Obter conhecimento previamente, se antecipando a uma ação que não este prevista. Exemplo: Assistir vídeo aulas sobre defesa pessoal.

Uso (Pires; Dias) Função/utilização/uso (Calva González)	Obter conhecimento prévio ou não, se antecipando a provável uso certo. Exemplo: Vídeo aulas para concursos ou de capacitação.
Declaradas, reais, não-declaradas, “algo mais”, secretas (Kotler) Manifestação (Calva González)	A definição da necessidade fica vinculada ao contexto que se apresenta.

Fonte: Autor (2018)

Como visualizado no quadro, é possível propor que as tipologias convergem suas características em dois duas tipologias, que se assemelham às propostas por Le Coadic: Necessidades típicas de indivíduos que buscam informação para conhecer (Tipologia conhecimento) e necessidades típicas de indivíduos que buscam informação para agir (Tipologia ação).

No primeiro tipo a busca por informação possui a intensão de tomar ciência sobre algo, dominar conceitos, fundamentos e aplicações, para satisfação cognitiva individual, não objetivando seu uso como elemento de interferência com o seu ambiente e outras pessoas. Pode-se exemplificar esta tipologia com o indivíduo que realiza leituras de livros de autoajuda ou que procura informações sobre uma palavra desconhecida no dicionário.

No segundo tipo, o conhecimento é voltado ao uso prático, tem o intuito do de interferir material ou cognitivamente com uma coisa, situação, com a coletividade ou outro indivíduo, modificando o atual estágio de normalidade. Como exemplo podemos indicar a leitura de manuais para manipulação de equipamentos ou leitura de referências bibliográficas para debate teórico.

3.1.2 Fatores de influência sobre as necessidades de informação

Conforme Devadason e Pratap Ligam (1996) as necessidades de informação sofrem influências de alguns fatores, como as quantidades e tipos de fontes disponíveis; a razão de uso da informação obtida; as razões e características particulares e profissionais dos indivíduos envolvidos na busca pela informação; os sistemas sociais, políticos, econômicos e legais no qual o usuário está inserido ou suscetível; as consequências que o uso da informação obtida trará ao indivíduo.

Le Coadic (1998) afirma que a necessidade de informação reflete implicações sociológicas, intrinsecamente vinculada ao contexto, ambiente e situação no qual o indivíduo

se encontrava no momento de emergência da necessidade e implicações psicológicas, relacionadas ao estado emocional e cognitivo do usuário. Essas implicações influenciam na consistência de apresentação da necessidade no momento de busca pela informação.

De acordo com Calva Gonzalez (2004), os fatores que influenciam as necessidades de informação estão relacionados à satisfação das necessidades básicas do homem e das necessidades sociais impostas aos indivíduos. Estando neste último campo de influência as necessidades de fazer e se autorrealizar.

O mesmo autor (2004, p. 48-58), após análise das variáveis e dependências que afetam e definem a necessidade de informação, elabora dois tipos de fatores de influência: fatores internos e externos.

Os fatores internos são subdivididos por dez características que os diferenciam: conhecimento; experiência; habilidades, hábitos e capacidades; interesses pessoais; motivação para atividades pessoais e de trabalho; personalidade; ambições; educação; status social e hierárquico em ambiente de trabalho, bem como, metas e objetivos pessoais.

Como fatores externos, cita o autor três agrupamentos de características: atividade e natureza da atividade do sujeito; lugar onde vive o sujeito e ambiente do entorno do sujeito (relacionado aos aspectos climáticos, legais, políticos, econômico, científico e tecnológico)

Nos ambientes museológicos, os fatores externos podem influenciar significativamente os fatores internos do indivíduo, prejudicando sua interação com o sistema de informação. Um exemplo dessa limitação ocorre na concepção prévia, amplamente espalhada na sociedade, de que nos museus o acervo exposto não pode ser tocado, não pode haver barulho e seguir outras normativas. Estas limitações podem gerar intimidações, castrando parcialmente a liberdade comunicativa do usuário.

3.1.3 Razões que estimulam o surgimento das necessidades de informação

Apreciando as características que tipificam as necessidades de informação e os fatores que levam ao seu surgimento, sugere-se refletir sobre as razões que estimulam o indivíduo a iniciar a busca por informações.

As razões apontadas levam em consideração que a necessidade de informação pode estar explícita ou latente nos usuários, assim como, considera que estejam adequadas às

particularidades das unidades de informação. Nestas especificações, as razões de estímulo podem estar relacionadas a questões de:

Lazer ou contemplação – com intensão de obter conhecimento para a autossatisfação. Não possui compromisso em dar resposta a uma sociedade ou à comunidade que o cerca.

O usuário pode, ou não, ter noção de sua necessidade de informação, porém, tem consciência que deseja conhecer mais sobre um assunto, sobre a própria unidade de informação ou sobre a comunidade que ela atende.

Educacionais – vinculada à instrução formal, procuram a informação nos diferentes serviços de informação para:

- a) Para obter respostas para um exercício educacional proposto,
- b) Para reforço do aprendizado escolar,
- c) Para realização de exercícios extra-curriculares

O usuário, neste caso, já sabe o contexto e finalidade do uso da informação, porém, sua necessidade pode não estar clara ou definida. Diferencia-se do item anterior por apresentar um compromisso com a instituição formal de ensino.

Distingue-se das razões inseridas no item anterior, por apresentar um compromisso com alguma instituição educacional.

Pesquisa – voltados a descobrir respostas para alguma questão, auxiliando a elaboração ou consolidação de pensamentos e conhecimentos. Pode ser subdividida em:

- a) Pessoais – questões relacionadas à realização de atividade cujo fundamento, princípio, procedimento ou processo o usuário desconhece ou é incompleto.
- b) Comunitárias – dar respostas a questões suscitadas pela comunidade com a qual se relaciona, como um todo.
- c) Institucionais – dar resposta a uma demanda de um grupo restrito.
 - i. Demandas internas - os funcionários das unidades são os usuários.
 - ii. Demandas externas – outras instituições consultam as informações da unidade em proveito próprio.

Para satisfazer a sua necessidade de informação, o usuário procede uma investigação metodológica que culmina na obtenção de uma resposta a uma questão ou ao um problema. Apoia-se na cientificidade da informação museológica para embasar suas afirmativas.

Difere-se do item anterior pela exigência de uma metodologia e apresentação lógica do conhecimento. Particulariza-se, ainda, por não ser obrigatoriamente vinculado a uma instituição de ensino, podendo ser uma pesquisa de ordem pessoal, para agregar maior conhecimento.

A instrução informal, não obrigatória, vincula-se a este item por não se apresentar como um requerimento de uma instituição de ensino formal, apesar de ser possível considerar que a pesquisa para uma instrução informal pode reverberar na instrução formal.

Ação - motivados pela necessidade de intervir ou deixar de intervir ou atuar sobre um fenômeno. A ação pode ser:

- a) Ativa – para agir efetivamente, intervindo ou evitando intervir sobre o fenômeno.
- b) Passiva – não atua, mas interfere indiretamente sobre a intervenção ou não intervenção sobre o fenômeno.

Fugaz – O indivíduo vai à unidade para satisfazer algo não relacionado ao conhecimento. Pode ser de dois tipos:

- a) Pode estar relacionada a uma satisfação psicológica, intelectual ou orgânica¹⁹.
- b) Curiosidade apenas pelo local (Museu, Biblioteca, Arquivo) sem razões de interesse sobre um tema específico, comunidade que atende ou atividades institucionais.

Nesta quinta possibilidade, o estímulo mencionado pode ser proporcionado tanto pela estética do espaço expográfico, quanto pelos recursos interativos ali presentes ou propiciados pelo mediador. Neste enquadramento, a necessidade de informação surge ou emerge pela participação ativa ou passiva do indivíduo com o conteúdo e com os elementos existentes no ambiente²⁰.

As cinco razões apresentadas, evidentemente, não delimitar todas as motivações que levam um indivíduo a manifestar interesse e se relacionar com a unidade de informação, mas, acredita este autor, contempla uma parcela significativa destas razões.

¹⁹ Propõe-se o exemplo de demanda psicológica e orgânica o deslocamento, para dentro do ambiente museológico, para sentir-se seguro em alguma situação de risco aparente (psicológico) ou safar-se de um local com calor intenso, procurando um local climatizado.

²⁰ São exemplos de conteúdo e elementos ambientais os itens em exposição, os mobiliários e a museografia como um todo, no caso dos museus, e o arranjo de estantes, sinalizações e salas de estudo e leitura, no caso das bibliotecas.

3.1.4 Formas de interação com o serviço de informação

Considerando os cinco agrupamentos de razões, supra indicados, que estimulam ou provocam o indivíduo a entrar em contato, buscar a informação e usar o serviço de informação, torna-se interessante este comentário sobre a forma como estes usuários buscam a informação no serviço de informação.

O mérito para tratar sobre este ponto específico recai sobre a influência que o comportamento do usuário, sua forma de lidar com o sistema, pode direcionar sua decisão em selecionar ou não informações complementares à sua demanda inicial.

Assume-se que facilidade ou dificuldade no uso e entendimento do funcionamento do sistema é um fator que interfere na busca pela informação útil e conseqüentemente, interfere na satisfação do usuário com a informação obtida. (FIGUEIREDO, 1994)

Duas formas de interação do usuário com o sistema de informação podem ser observadas:

- a) O usuário faz uso do sistema de informação sem intermediários humanos, recorrendo aos recursos que disponibilizam a informação disponíveis (painéis, tarjetas, totens, computadores).
- b) Por meio de intermediários humanos, ou seja, com participação de um mediador.

O item b), pode ser dividida em duas formas de interação.

- 1) O usuário faz o requerimento de um intermediário para acompanhamento ou interferência no sistema, antes de utilizar os recursos disponibilizados por este sistema. Exemplos: antes de adentrar o espaço de exposição, solicitar a presença de um mediador para explicar a exposição antes ou durante o trajeto; O usuário procurar um atendente de biblioteca consultar o sistema para saber se o livro está disponível.
- 2) O usuário utiliza o sistema de informação e posteriormente solicita a participação do mediador. Exemplos: O visitante, ao contemplar a exposição, convoca o mediador para tirar uma dúvida sobre o item exposto; Ao não encontrar um livro na estante indicada, solicita a presença do atendente de biblioteca para ajudar na procura ou solicita uma consulta ao sistema para saber se o livro existe ou está disponível.

3.1.5 Características das necessidades de informação relacionadas aos museus

Foram apresentadas nos quatro tópicos anteriores alguns elementos que caracterizam que o indivíduo possui – constantemente - necessidade de obter informação, ou seja, de se manter informado. Resumidamente, esses elementos são agrupados por:

- a) Tipologias: conhecimento ou ação;
- b) Fatores: internos e externos;
- c) Razões: Lazer/contemplação, educacional, pesquisa, ação e fugaz;
- d) Formas de interação com o sistema de informação: independente de intermediário, dependente de intermediário.

No âmbito dos museus, essas características podem ser observadas em situações do cotidiano de recebimento de visitantes. Estas situações podem ser observadas, por exemplo

- a) Na visitação espontânea a uma exposição sobre paleontologia – busca por conhecimento por desejo próprio (fator interno), podendo ser para fins de pesquisa ou contemplação (fugaz), não exigindo, neste último caso, a participação de um mediador.
- b) Na visitação em grupo, a um museu de ciências, propiciado por uma instituição de ensino – busca por conhecimento para prática de uma ação, estimulada por fatores externo (para realizar uma atividade ou trabalho de feira de ciências, por exemplo), possuindo caráter educacional ou de ação, necessitando da intermediação do mediador para obter informações relevantes à ação que irá realizar.

Dois exemplos comuns aos museus, mas que podem refletir também situações ocorridas em bibliotecas ou arquivos (com as devidas adequações). Observa-se nestes exemplos como as características podem se apresentar simultaneamente, facilitando que o investigador das necessidades de informação possa determina com maior ou menor precisão, a informação necessária ao usuário, considerando as características percebidas.

3.2 A IMPORTÂNCIA DA IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

Para sanar as demandas apresentadas pelas necessidades de informação, é importante que o indivíduo, para além da consciência, as tenha definidas de forma clara no momento de busca pela informação. Se esta condição não estiver manifestada, é primordial que a unidade de

informação disponha de meios para as expor, através do processo investigativo para identificação das necessidades.

Com igual interesse, as unidades de informação devem minimamente possuir ou trazer à superfície, antes ao início de intermediação, as necessidades de informação de seus usuários. Desta forma, os serviços serão “planejados de acordo com os usuários e a comunidade a ser atingida [...] de modo a maximizar a eficiência de tais serviços” (DIAS; PIRES, 1996, p. 7)

Para Le Coadic (1998, p. 11, tradução nossa), “ter consciência da necessidade de informação permite compreender o porquê das pessoas se envolverem em um processo de busca de informações”. E não apenas isso, possibilita prever o comportamento dos usuários durante o momento de busca. (CALVA GONZÁLEZ, 2004)

As necessidades de informação interferem diretamente no relacionamento conhecimento – usuário. Três visões podem exemplificar esta influência:

1. A necessidade identificada orienta a escolha da informação

Observam Bettiol (1990) e Le Coadic (1998) que o usuário da informação pode iniciar a busca pela informação que julga necessária, sem ter a consciência de sua real validade ou necessidade. Verifica-se que, para esses autores, o usuário pode se encontrar nas situações de:

1. *Desconhecimento ou dificuldade em expressar sua necessidade de informação sobre o assunto que está procurando* – Não consegue expor com precisão a informação que está procurando. Normalmente contextualiza a situação na qual irá utilizar a informação para, assim, obtê-la.
2. *Acreditar estar certo que a informação que procura é a válida para a necessidade que se apresenta* – O usuário requer uma informação precisa e determinada, com foco específico para o que deseja realizar;
3. *Acredita como válida a necessidade por uma informação quando, em verdade, a informação útil é outra* - O usuário requer uma informação precisa e determinada, todavia, com a obtenção de outras informações, verifica que a demanda inicial estava equivocada ou incompleta.
4. *Acreditar não necessária outra informação senão àquela que já procura* – O usuário demanda uma informação específica não aceitando outras complementares.

5. *Não possui demanda específica* – O usuário acessa o sistema de informação, porém, o usuário não tem uma demanda própria de uso, ou a demanda surge conforme o contexto de uso do sistema ou do espaço.

Nos cinco tópicos apresentados, a necessidade de informação, caso identificada, promoveria a otimização do uso do sistema, facilitando o acesso do usuário às informações úteis para cada caso apresentado.

2. A necessidade identificada determina a informação certa e útil

Le Coadic (1998, p. 16, tradução nossa) questiona: “ O que leva uma pessoa a procurar por informações? ”. O próprio autor responde: “um problema para resolver, uma meta a alcançar e [...] uma falta de conhecimento”.

Portanto, podemos dizer que a consciência e a identificação exata da informação necessária possibilitam que a unidade de informação disponha à seleção e uso do indivíduo, as informações concernentes aos fins que deseja utilizar, direcionando a melhor opção conforme o contexto e vias de seu uso. A informação útil está diretamente relacionada à informação certa e qualificada para a geração do conhecimento.

3. A necessidade identificada qualifica os processos de seleção da informação

Vakkari (1999) assinala que a necessidade de informação participa como elemento crucial no fluxo de informações e nas tomadas de decisões das informações que participarão de um processo ativo. Conforme esse autor, quanto menos necessidades de informação o usuário demandar para realização de uma atividade, mais estruturada ela estará e, por consequência, mais rápida, fácil e com maior eficácia será realizada.

Constatamos, então, que, diante da existência de um problema (prático ou cognitivo), o conhecimento prévio do usuário não se apresenta como suficiente, ele recorrerá a novas informações que complementem esta lacuna. O processo de obtenção desse novo conhecimento poderá, se não previsto antecipadamente, onerar o trabalho, demonstrando ainda que a estrutura de ação é fraca ou possui falhas que precisam ser consertadas.

Em outras palavras, a necessidade de informação é fator que torna a tarefa mais ou menos complexa, qualifica o processo como melhor, de maior ou menor custo, de alta demanda intelectual (de atualização intelectual, por exemplo).

Como advertem Devadason e Pratap Lingam (1996, Resumo, tradução nossa), “a identificação das necessidades de informação é essencial para a concepção dos sistemas de informação em geral e prestação de serviços de informação eficazes”.

Portanto, tendo as necessidades de seus usuários explícitas, percebemos que a unidade de informação tem a possibilidade de focar nas demandas mais frequentes, e assim adequar sua estrutura de estoques de informações que sejam úteis aos indivíduos que as procuram.

A tarefa de estar apto a oferecer informações úteis aos usuários, condiciona que a unidade de informação conheça tanto as características e perfis de seus usuários (DEVADASON; PRATAP LINGAM, 1996) como as peculiaridades que levam ao surgimento da necessidade de informação, as caracterizam, as moldam e interferem no comportamento do deles junto à unidade.

3.3 ESTUDOS PARA INVESTIGAÇÃO DA NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO

O estudo que permite a identificação das necessidades de informação, é um processo investigativo complexo (DEVADASON; PRATAP LINGAM, 1996), que pode ser realizado em atenção ao uso do sistema de informação ou através da observação do comportamento do usuário durante a busca de informação. Diferenciam-se estas perspectivas por seus objetivos, objeto de estudo, métodos e por seu foco na análise quantitativa para definir as necessidades, pelo primeiro e de análise qualitativa, promovida pela segunda perspectiva.

Em ambas perspectivas de investigação da necessidade de informação, são consideradas forças que contribuem para tornar sua execução mais complexa. Devadason e Pratap Lingam (1996) citam algumas delas: As informações são percebidas de formas diferentes entre usuários; tipos de documentos necessários, que podem variar conforme o perfil e vontades pessoais do indivíduo; as mesmas informações podem ser utilizadas para fins diferentes, portanto, partindo de necessidades diferentes, a forma ou meio de acesso para satisfação da necessidade; os fluxos e canais utilizados e preferências individuais.

As metodologias existentes para atender a ambos os interesses, são concentrados no campo de estudo da Ciência da Informação chamado de estudo de usuários.

Entretanto, verifica-se que os Estudos de usuários não contemplam apenas a possibilidade de identificação da necessidade de informação, eles viabilizam, também, o estudo

de perfil de usuários, análise do comportamento informacional e de satisfação, como exploraremos mais à frente.

Para Calva Gonzalez (2004), as investigações para identificação das necessidades de informação devem também considerar o comportamento informacional do indivíduo e a o grau de satisfação – como já previsto nos estudos de usuários -, permitindo que seja possível realizar a descrição dessas necessidades.

Enfatiza-se, porém, que à parte das metodologias apropriadas para os estudos de usuários de forma mais ampla, são apresentadas metodologias próprias e exclusivas para a investigação da necessidade de informação, as quais se destacam as metodologias propostas por Calva Gonzáles (2004), Le Coadic (1998) e de Devadason e Pratap Lingam (1996).

Em comum, as metodologias desses três autores adotam a perspectiva de estudo por meio da “multimetodologia” (LE COADIC; 1998; DEVADASON; PRATAP LINGAM, 1996), utilizando diferentes ferramentas, métodos e técnicas que garantem um exame completo e minucioso dos usuários, considerando as variáveis que interferem no processo de busca da informação.

Le Coadic (1998, p. 39, tradução nossa), afirma que

Uma análise das necessidades de informação deve fornecer resposta às seguintes perguntas:

Quais as necessidades de informação?

Que tipo de informação?

A qual grupo de pessoas?

Por que preciso disso?

Quem define essa necessidade?

O serviço de informação atende a necessidade?

Qual uso será feito com as informações fornecidas?

Quais consequências resultarão para o indivíduo, grupo, instituição?

Observa-se que as questões consideram obter respostas qualitativas a fim de verificar, a posterior, se a informação transmitida foi útil para a necessidade de informação final, decisiva, que demandou a escolha de uma informação.

3.4 COMO SABER QUAL A MELHOR METODOLOGIA INVESTIGATIVA?

A investigação da necessidade de informação necessita que a metodologia utilizada considere fatores que possibilitem a identificação clara e precisa da necessidade do usuário, apurando de forma sistemática e reproduzível, para serem posteriormente validadas. Para efetiva

aplicação e sucesso, a metodologia também deve oferecer técnicas e instrumentos que viabilizem o estudo, mensuração e interpretação dos dados coletados²¹.

Assim, espera-se que esta metodologia, ao final do estudo, destaque os seguintes itens:

- 1) As características que definem a necessidade:
 - a. Tipo
 - b. Fatores
 - c. Razões
 - d. Formas
- 2) Os elementos que influenciam e possibilitam a manifestação da necessidade:
 - a. O perfil do usuário;
 - b. Os contextos de vivência do usuário e do ambiente, no momento da busca.
 - c. As fontes disponíveis
 - d. Os interesses da instituição
 - e. Os Interesses sociais sobre os resultados
 - f. Os recursos de acesso e disponibilização da informação
 - g. O mediador

Para além, conforme interpretação ao disposto por Le Coadic (1998) e Calva González (2004), a metodologia deve atender a alguns requisitos e possuir características como:

- a) Usabilidade – facilidade de compreensão e uso das técnicas e ferramentas indicadas.
- b) Adaptabilidade - possibilidade de adaptação às diferentes situações e realidades encontradas nas unidades de informação. Trata-se, em outras palavras, de possibilitar a seleção de instrumentos e técnicas, dentre as disponibilizadas pela própria metodologia, conforme a realidade imputada ao ou pelo investigador.
- c) Aplicabilidade – possibilidade de aplicação da metodologia sem alterar sua estrutura teórica e sistemática nos diferentes perfis de unidade de informação, sendo apenas necessário adaptar suas técnicas e ferramentas a realidade de pesquisa.
- d) Praticidade – relacionada à aplicação da metodologia com o recursos e tempo disponíveis na unidade de informação, adaptando-se a realidade local e ao problema que se apresenta, visando não inviabilizar sua aplicação.

²¹ A avaliação das técnicas e instrumentos será realizada no próximo Capítulo

- e) Compreensibilidade - o aplicador deve facilmente compreender as os objetivos, razões e importância dos procedimentos, etapas previstas e instrumentos indicados pela metodologia.
- f) Ser multimetodológica - Deve conseguir conversar com outras metodologias que possibilitem a investigação mais ampla e significativa.
- g) Deve “não produzir os resultados desejados [...], mas os tipos de dados necessários” (LE COADIC, 1998).
- h) Disponibilizem os meios de aplicação, definição dos usuários e capacitação dos mediadores e investigadores
- i) Apresentar claramente, com definições e exemplos de aplicação prática, os fluxos de realização das etapas e uso dos instrumentos e técnicas indicadas.

Evidencia-se que os requisitos acima listados possuem as sugestões mínimas, não sendo extenuantes, e que podem ser complementados conforme o interesse institucional e avanços teóricos sobre o assunto.

No contexto proposto por esta pesquisa, averiguar uma metodologia que permita a investigação para identificação das necessidades de informação dos usuários de museus, os itens qualificativos listados acima têm sua importância para que possa o museu possa traçar estratégias de mediação e de ação educativas que contemplem não só o público em geral, sem distinção, mas também àqueles que o procura com maior frequência.

Espera-se, assim, que a metodologia aponte o perfil de público do museu, seja utilizável, adaptável e prático às diferentes tipologias de museus (ciências naturais, arqueologia, histórico, artes, entre outros), que considerem os diferentes tipos de suportes expográficos (painéis, cenários, dioramas, entre outros), suas limitações de recursos humanos e financeiros (grandes ou pequenos museus, com ou sem apoio governamental).

Ou seja, que a metodologia não possa auto anular sua aplicação pelas características que diferenciam os museus entre si. Deve focar sobre o que tem em comum, a possibilidade de transmissão de informação por meio de mediadores, humanos ou não, visando a comunicação e a disseminação do conhecimento.

4 VIAS DE INVESTIGAÇÃO DAS NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

Descobrir qual a informação útil ao usuário, conforme seu interesse, exige que as unidades de informação articulem recursos, setores e tracem estratégias para executarem, metodologicamente e sistematicamente, atividades investigativas que revelam os anseios, interesses, satisfação e finalidades de uso da informação que seus usuários demandam.

Através da investigação são revelados dados que ao serem condensados e interpretados, auxiliam na gestão da Unidade de Informação determinar as melhores fontes de informações, abastecendo seus sistemas de informação com fontes que satisfaçam às demandas de seus usuários e não-usuários.

A Ciência da Informação disponibiliza algumas formas de investigação que apresentam dados sobre quais fontes de informações os usuários demandam com maior frequência, ou seja, que demonstram mais necessitar para fins diversos.

Já mencionados nos capítulos anteriores, os métodos para investigação da necessidade de informação dos usuários das unidades de informação, ofertados pela CI, podem ser divididos em dois grupos:

- a) Estudos de usuário, focados sobre os hábitos, comportamentos e uso do serviço de informação, cujo resultados obtidos podem mensurados e interpretados para diferentes fins de interesse institucional, por exemplo, quais o perfil de público da Unidade, quais as fontes mais requisitadas, quais os recursos menos utilizados e portanto, que podem significar dispêndios.
- b) Metodologias dirigidas à identificação da necessidade de informação, que tem interesse em indicar qual a informação útil – e mais exata possível – que o usuário precisa obter para atender a sua demanda de uso.

Cada qual, apresentam características e alcances de captação de dados distintos, possibilitando seu uso em conjunto e em diferentes perfis de unidades de informação (museus, bibliotecas, arquivos), permitindo conhecer melhor diferentes aspectos, quantitativo e qualitativo, que envolvem os seus usuários. Estes dois grupos terão suas premissas, objetivos e técnicas melhor detalhados neste Capítulo.

4.1 ESTUDO DE USUÁRIOS

Para conhecer melhor os indivíduos que utilizam o serviço de informação, definindo suas características, suas preferências e atitudes, os estudos de usuário da informação apresentam os mecanismos de levantamento, mensuração e análise necessários.

Figueiredo (1994, p. 7) define estudo de usuários como “investigações que se fazem para saber o que os indivíduos precisam em matéria de informação [...] para saber se as necessidades de informação por parte do usuário estão sendo satisfeitas de modo adequado”

Segundo Calva González (2004, p. 201), o estudo de usuários é a “complexa utilização de métodos, técnicas e instrumentos muito diversos, mas todos convergem para o que é pesquisado ou estudado no sujeito chamado usuário, seja ele vinculado ou não a uma unidade de informação”.

Como uma terceira concepção, Amaral (2014) concebe o estudo de usuários como

um campo interdisciplinar do conhecimento que, no âmbito da Biblioteconomia e da Ciência da informação, a partir da aplicação de diferentes métodos e técnicas de pesquisa, possibilita a análise dos fenômenos sociais e humanos relacionados com diversos aspectos e características da relação do usuário com a informação em suas ações, comportamentos e práticas informativas. (apud AMARAL; BRITO, 2016, p.9)

A realização dos estudos de usuários, sobre o prisma da Biblioteconomia, serve para guiar “a política de seleção de uma biblioteca orientada aos interesses dos seus usuários [...]. De maneira especial, apontam as diretrizes para os serviços de referência e de disseminação da informação” (Figueiredo, 1994, p. 10)

Pinheiro (1982, p. 1) complementa Figueiredo, ressaltando a importância dos estudos de usuário

[...] para conhecimento do fluxo de informação científica e técnica, de sua demanda, da satisfação do usuário, dos resultados ou efeitos da informação sobre o conhecimento do uso, aperfeiçoamento, relações e distribuição de recursos de sistemas de informação e tantos outros aspectos direta ou indiretamente relacionados à informação. (apud AMARAL, 2012, p. 7)

Cunha, Amaral e Dantas (2015, p. 38-39) com posicionamentos similares, listam doze razões que motivam a realização dos estudos de usuários, os quais serão sinteticamente apresentados a seguir:

- a) Aprimorar a tomada de decisão no processo administrativo da organização;
- b) Planejar serviços e treinamentos de usuários;
- c) Redistribuir recursos financeiros e humanos;

- d) Identificar os tipos de usuários;
- e) Identificar as necessidades de informação dos diversos segmentos de usuários;
- f) Estabelecer prioridades com relação às necessidades de informação;
- g) Conhecer o nível de satisfação dos usuários;
- h) Identificar os hábitos dos usuários frente a informação
- i) Avaliar os produtos/serviços oferecidos para modificação ou estabelecimento de novos;
- j) Identificar o impacto produzido com os produtos ou serviços implantados;
- k) Explicar em fenômeno relacionado à informação;
- l) Entender o comportamento dos usuários em sua interação com a informação.

Observamos, desse modo, que os estudos de usuários abrangem diferentes vertentes de análise possibilitando explorar a participação dos usuários juntos à unidade de informação e o sistema oferecido por ela, tornando-se “excelentes instrumentos de planejamento e gestão por contribuírem no planejamento das unidades prestadoras de serviços de informação” (CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 39).

Estes mesmos autores (2015, p. 40) apresentam, ainda, as quatro grandes categorias de estudos de usuários, qualificados por seus propósitos, que agrupam diferentes tipos de estudos. De modo idêntico às razões para realizar os estudos de usuários, as categorias serão apresentadas sumariamente:

- a) Identificar as necessidades de informação para tomadas de decisão e para a avaliação da efetividade de um sistema ou serviço de informação;
- b) Analisar a interação do usuário com o sistema
- c) Identificar as características do usuário;
- d) Apoiar estudos científicos e os estudos comparativos.

Ainda como uma peculiaridade do estudo de usuários de informação, Matta (2012, p. 39-40 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015, p. 42) apresenta os objetivos desses estudos – definidos por Izquierdo Alonzo (1999) - aqui resumidamente apresentados:

- a) Análise das necessidades de forma qualitativa e quantitativa do conteúdo e do tipo da informação desejada ou demandada pelo usuário para definir os produtos e serviços a serem oferecidos;
- b) Análise do comportamento de busca da informação do usuário;
- c) Análise das motivações e atitudes dos usuários no momento de busca da informação;
- d) Análise do consumo, uso e produção da literatura científica;

e) Análise de modelos de processamento da informação.

Aos museus, os objetivos previstos nos itens a, b e c podem se mostrar importantes para seus gestores, referente à disponibilização de um serviço de informação que esteja em consonância às características de seus usuários.

Seja o item a, por prover dados sobre qual e quanta informação útil os indivíduos estão recebendo ou podem encontrar disponibilizada, em atendimento às demandas informacionais, específicas e/ou pontuais, que apresentam.

Seja o item b, para que os museus possam preparar suas atividades, a forma de atuação dos monitores e demais pessoas que ali trabalham, para melhor recepcionar o seu usuário conforme a linguagem, comportamento e personalidade que apresentam – ou possam, por padrão previamente conhecido, apresentar.

O planejamento antecipado das atividades intermediadas, possibilita promover um sentido de pertencimento e aceitação do usuário, pelo local, propiciando melhor relacionamento e interação dialógica para disseminação da informação, eliminando atitudes precipitadas ou preconceituosas.

Seja o item c, para que, com os dados coletados pelo estudo, o usuário seja compreendido, condicionando às exigências de sua realidade cotidiana, a forma de atendimento e de comportamento dos trabalhadores do espaço museológico, propiciando a interação de forma mais consciente e controlada.

Tanto o planejamento prévio – relacionado ao item b -, como compreensão prévia da realidade do usuário – ou ocasional, conforme seja detectada - podem evitar que os interesses ou valores individuais do intermediário ou da instituição venham a prejudicar o processo interativo e, por consequência, as trocas de conhecimento entre as partes.

Para Cunha, Amaral e Dantas (2015, p. 53), as razões, objetivos e tipologias condicionam os estudos de usuários a serem

Elementos para o funcionamento de destaque para o funcionamento ideal de uma unidade de informação prestadora de serviços de informação. Conhecer as necessidades dos usuários, examinar seus comportamentos de busca de informação e analisar suas condutas informativas e motivações nesse processo é estar à frente no mercado da informação, possibilitando, assim prever demandas ou modificar serviços e produtos, adequando-os a uma nova realidade.

Conforme as perspectivas apresentadas, os estudos de usuários podem ainda ser separados pelos tipos de paradigmas de abordagem de seu objeto de estudo.

Cunha (1982) aponta para a possibilidade de realizar estudos de usuário, por uma vertente, focada nas bibliotecas (como um Sistema de Informação) e por outra vertente, através dos usuários do Sistema de Informação (por seu comportamento).²²

Na CI, a dupla possibilidade para estudo de usuários, como apresentado por Cunha (1982), são as mais difundidas, porém, apresentam-se apenas como uma redução das possibilidades existentes de abordagem e realização desses estudos, como será possível verificar mais à frente.

A primeira abordagem, conhecida como tradicional, “direcionava o foco para o produto, o serviço ou o sistema de informação” (CUNHA, AMARAL, DANTAS, 2015, p. 81), volta-se à análise quantitativa dos sistemas de informação, contabilizando, como exemplo, quais os perfis de usuário que mais frequentemente utilizam o serviço de informação ou a um documento?

Esta abordagem tem por intenção possibilitar a melhoria do acesso da informação a ser disponibilizada ao seu usuário pelo sistema em vigor. Com esclarecem Gandra e Duarte (2012, p. 14)

Em geral, são estudos quantitativos que buscam estatísticas para medir o comportamento dos usuários, seja no sentido de verificar qual a fonte mais utilizada em um sistema de informação ou saber qual o grau de satisfação com determinado serviço. Preocupam-se em traçar um comportamento desejável para os usuários e eliminar o comportamento não desejável, com o objetivo de ajustar o usuário ao sistema de informação (LIMA, 1994, p. 53), adotando uma postura positivista

Esta abordagem foi alvo de críticas de estudiosos, que evidenciavam as

[...] suas limitações e problemas relativos a sua estrutura conceitual e terminológica, geralmente superficial, bem como suas dificuldades na escolha dos métodos e técnicas de coleta de dados, que levavam a resultados tendenciosos, em função das falhas metodológicas, ou da incorreta dimensão do problema pesquisado. (CUNHA, AMARAL, DANTAS, 2015, p. 81)

A segunda abordagem, conhecida como alternativa, é voltada para a análise do indivíduo, ao usuário. Está relacionada aos aspectos cognitivos, sociais e psicológicos que levam o usuário a procurar a unidade de informação para adquirir o conhecimento e em qual contexto ele deseja aplicá-lo.

Ao contrário da abordagem tradicional, esta abordagem qualitativa se volta para os processos cognitivos dos usuários, buscando compreender a necessidade de informação

²² É válido mencionar, pelo contexto do parágrafo, que o estudo de usuário em museus não deve ser confundido com estudo de público – de realização mais comum nos museus. O estudo de público é voltado à avaliação da eficiência de suas atividades e planejamentos (CENTRO NACIONAL DE ESTUDOS E DOCUMENTAÇÃO EM MUSEOLOGIA, 2016, p.4), focado em resultados diversos, não apenas – e necessariamente - no item informação. O estudo de usuário, no contexto apresentado nesta pesquisa, procura verificar se a informação, o conhecimento, o sistema da informação e demais recursos envolvidos estão efetivamente atendendo e satisfazendo o usuário.

do sujeito a partir de suas perspectivas individuais, contextualizando a situação real que desencadeou tal necessidade e vendo a informação sendo construída na mente do usuário. (GANDRA; DUARTE, 2012, p. 14)

A terceira abordagem, conhecida como social, tem “foco no contexto da relação do usuário com a informação e na percepção do usuário dessa relação” (CUNHA, AMARAL, DANTAS, 2015, p. 81). Difere-se das demais em aplicar

[...] um novo olhar sobre os sujeitos, buscando compreendê-los, bem como suas ações, indissociáveis de seu contexto histórico e sociocultural. Estes estudos ajudam a reforçar o movimento de ampliação na agenda de pesquisas da CI (ARAÚJO, 2007; REIS, 2007 apud GANDRA; DUARTE, 2012, p. 14)

Araújo (2012) considera que a interação entre sujeito e o contexto é a “abordagem capaz de integrar os avanços realizados nos estudos de usuários e de comportamento informacional com o paradigma social da Ciência da informação” (apud CUNHA, AMARAL, DANTAS, 2015, p. 86).

Propondo a quarta abordagem, Araújo (2013a) deixa claro que

A sistematização proposta neste trabalho pode dar a impressão de que o campo dedicado aos sujeitos informacionais apresenta-se como um bloco de estudos claramente divididos em quatro abordagens. Mas tal ideia não corresponde à realidade. Existem diversos estudos que se situam em posições intermediárias em relação aos modelos aqui propostos.

Críticas aos modelos tradicionais de estudos de uso e aos alternativos, de comportamento informacional, deram lugar a uma concepção do usuário como produtor de conhecimentos, inserido em práticas sociais contextualizadas. Conforme destacado por Talja (1997), citada por Araújo (2016, p. 65):

[...] essa nova abordagem não seria nem system-centered (como são os estudos de uso da informação), nem user-centered (como são os estudos em comportamento informacional, mas sim knowledge formation-centered, isto é, sensível à percepção de como o usuário assume distintas condições de sujeito conforme o contexto e também conforme a sua inserção social.

As quatro abordagens delineadas indicam o direcionamento que os estudos de usuários podem tomar, tonando necessário ao pesquisador decidir sobre qual ou quais linhas de interesse a instituição deseja ter conhecimento sobre o seu usuário.

Portanto, os estudos de usuários, na atualidade, podem apresentar elementos de todas essas abordagens anteriormente expressas, como os que se classificariam dentro de apenas uma delas. Diante essa variabilidade, percebemos que os pesquisadores que realizarem estudos voltados aos seus usuários, necessitam de metodologias apropriadas, conforme sua intencionalidade, tempo e recursos que possui.

Para Cunha, Amaral e Dantas (2015, p. 51)

o estudo de usuário abre um canal de comunicação entre as unidades prestadoras de serviço de informação e seus usuários, e por isso, pode contribuir para encorajá-los a tornarem suas necessidades conhecidas e a assumirem algumas responsabilidades para que essas necessidades sejam satisfeitas pela unidade prestadora de serviços de informação

Os planejamentos e execução do estudo de usuário precisam estabelecer os mecanismos de captação de dados, de mensura e avaliação, considerando os perfis dos usuários, o contexto, os recursos de sistema existentes e os interesses institucionais.

Cunha, Amaral e Dantas (2015, p. 147) advertem para os aspectos negativos de escassez e lentidão na realização do estudo de usuário como elemento que enfraquecem ou até mesmo reverterem os efeitos positivos que esses estudos apresentam para a organização.

Estes mesmos autores esclarecem que

Para que os estudos de usuários possam de fato ser úteis aos gestores como instrumentos de planejamento e gestão, podem ser realizadas as mais diversas pesquisas. O planejamento e realização dessas pesquisas exigem o rigor do método científico. [...] Porém, antes de apresenta o método científico propriamente dito [...] [é preciso] à elaboração do documento do projeto do estudo de usuário a ser desenvolvido e o relatório final a ser apresentado após a conclusão da pesquisa. (Cunha, Amaral e Dantas, 2015, p. 148)

O documento que apresenta os detalhes do projeto pode considerar a realização de “três fases” (BUTLER; GRATCH, 1982):

a fase normativa, a operacional e a da avaliação. Na fase normativa, é realizado o diagnóstico da situação com a identificação do problema e a justificativa da necessidade do estudo. [...] A fase operacional inclui o desenvolvimento de uma estratégia que garanta o melhor uso dos recursos para a execução dos métodos, técnicas e instrumentos de coleta e análise dos dados e informações obtidos. [...] A avaliação é a outra fase importante do planejamento, porque envolve a análise e o relato dos resultados, a avaliação do custo-benefício do estudo e a comparação dos resultados aos objetivos para a realização dos ajustes necessários. (apud CUNHA, AMARAL E DANTAS, 2015, p. 148-149)

O planejamento do estudo de usuário precisa prever a superação de algumas condições e limites que não podem ou puderam ser previstos o momento de sua concepção, para evitar, por consequência do mal planejamento, a obtenção de dados que não reflitam a realidade da Unidade de Informação.

Figueiredo (1994, p. 17), neste sentido, aponta que os usuários podem se sentir coagidos a responderem ou se comportarem de uma forma não espontânea quando confrontados

diretamente, diferenciando os resultados aferidos com uma observação indireta. A resolução de problemas desta espécie deve ser previamente considerada, provendo táticas para evitá-las.

Para além, esta autora condiciona que os dados podem, também, não refletir as necessidades de informação dos usuários ocasionadas pelo não conhecimento prévio dos serviços que a unidade de informação pode oferecer, assim, como seu correto uso. Nesta ocorrência, o usuário poderá determinar sua necessidade de acordo com a expectativa de informação que poderá obter e não conforme sua real demanda de uso.

O planejamento da investigação pode ser elaborado a partir de metodologias dirigidas, voltadas exclusivamente para a identificação das necessidades de informação dos usuários. Estas metodologias oferecem táticas, técnicas e instrumentos que viabilizam e otimizam a investigação, considerando variáveis e situações que interferem na verificação da efetiva ou não-efetiva satisfação do usuário com a informação obtida.

4.2 METODOLOGIAS DIRIGIDAS

No campo da Ciência da Informação, metodologias que decorrem dos mecanismos exclusivos para identificação das necessidades de informação são poucas. Verificamos três metodologias que são amplamente difundidas e utilizadas nesse âmbito do saber.

A primeira metodologia a ser citada foi elaborada por F.J. Devadason e E.P. Pratap Lingam, em 1996. A segunda metodologia é proposta por Calva González, em 2004, através de exhaustiva reflexão sobre o assunto necessidades de informação, apresentando o método NEIN. O terceiro autor, Yves Le Coadic, apresenta a sua metodologia em 1998, apresentando, como meio principal para investigação das necessidades de informação, os intermediários humanos ou computadorizados.

4.2.1 Metodologias proposta por Devadason e Pratap Ligam:

A metodologia proposta por Devadason e Pratap Lingam (1996) considera identificar a necessidade de informação do indivíduo e do seu grupo com a realização de sete etapas sequenciais e preferencialmente interdependentes – a realização da primeira, fortalece a realização da segunda, porém, uma não incapacita a realização da outra.

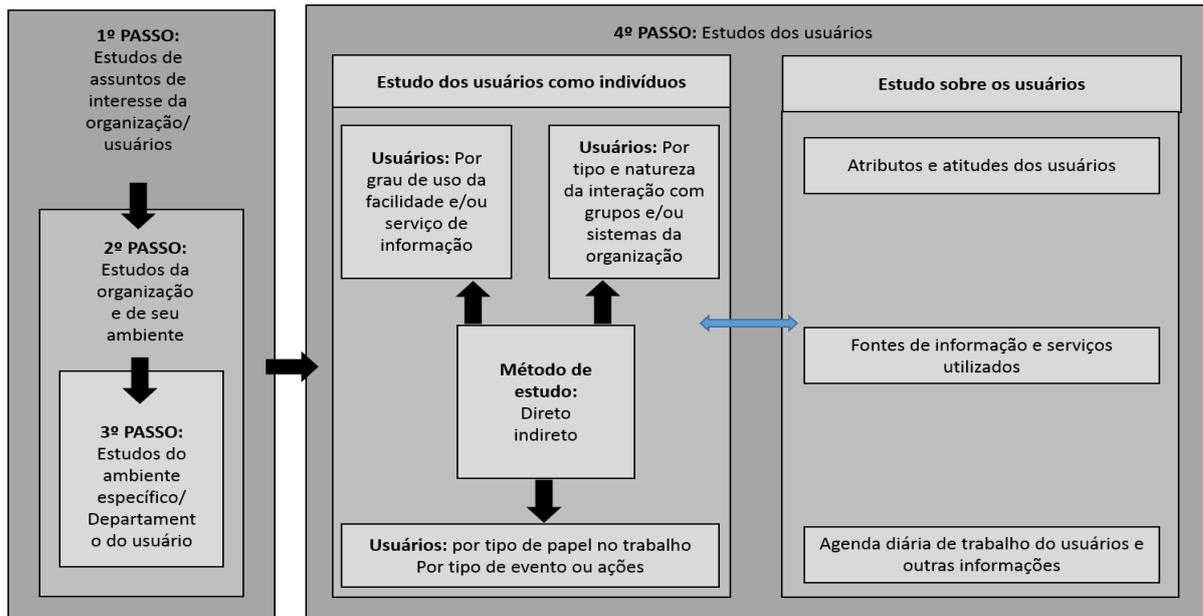


Figura 5 - Modelo de identificação de necessidade de informação Devadason e Pratap Lingam
 Fonte: DEVADASON; PRATAP LINGAM (1996 apud CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2105, p. 115)

1ª etapa – Preparação

Compreende a preparação da instituição, da equipe e principalmente a definição de um “Identificador de Necessidades de Informação (INI)” (DEVADASON; PRATAP LINGAM, 1996, p. 4, tradução nossa) para que o processo possa ser realizado.

Advertem os autores que o INI precisa ser um indivíduo aceito pela comunidade a qual a unidade de informação serve. Esse, deve repassar confiança que a unidade de informação está sendo representada por um indivíduo capaz e hábil para se relacionar com os usuários e com o próprio sistema de informação.

2ª etapa – Estudo de assuntos

Estipula que o INI precisa sondar os interesses e motivações da organização, o sistema e seus usuários. Para além disso, precisa conhecer as periferias desses três núcleos de estudo, possíveis contextos de inserção e quais apoios podem solicitar no decorrer do processo.

Orienta-se a criação de um manual ou guia para que o INI oriente o seu trabalho de identificação. Este manual apresentaria um panorama dos usuários mantendo informações sobre as diferentes áreas ou disciplinas disponibilizadas, tipos de usuários, as ferramentas disponíveis e orientações de sua utilização, histórico de ocorrências singulares, fontes importantes e complementares para serem indicadas ao usuário.

3ª etapa – Estudo da organização do ambiente

Estudar a organização para obter maior propriedade, definindo seu perfil e interesse. É ter claro seus objetivos, funções e identificar os fatores que afetam esta função. Relatórios, publicações, entrevistas e cursos podem auxiliar ao INI a conhecer melhor a organização, portanto, esta deve estar aberta a responder e disponibilizar informações relevantes ao identificador.

4º etapa – Estudo do ambiente para o usuário

Neste momento, o INI deve se apropriar de informações relacionadas ao funcionamento e a estrutura do ambiente no qual o usuário pode se relacionar com a instituição – por exemplo, a sala de exposição do museu. O conhecimento sobre a Unidade de Informação permite que ao intermediário compreender os interesses da instituição, assim como os seus limites, podendo evitar transtornos ou insatisfações ao usuário.

5ª etapa – Estudo de Usuário

Consiste na investigação sobre o usuário à partir do sistema de informação, através da coleta de dados de demanda e uso das informações. Podem ser realizadas considerando recursos específicos como as fontes e serviços mais utilizados ou análise de diários e históricos de acesso mantidos sobre o usuário. Essa etapa pode ser realizada, conforme interesse sobre o perfil do usuário, ou por outras características que possam ser de interesse da instituição.

6ª etapa - Entrevista formal

Prevê o questionamento direto com os usuários que permitam esclarecer, ou abrir debate, sobre pontos levantados na etapa anterior. Através da entrevista formal, é possível confirmar quais as necessidades reais, além de necessidades temporárias, que surjam em resposta a um estímulo externo.

Nesta etapa, o INI deve mostrar os produtos e serviços disponíveis, estimulando-o a expressar a sua necessidade. Esse feito auxilia ao INI observar as necessidades reais das pseudos-necessidades a partir do contato direto com o sistema ou estoque de informação.

7ª etapa - Refinamento e atualização das necessidades

O INI deve planejar e estimular a realização contínua ou periódica das identificações das necessidades de informação, visando a constante melhoria do sistema.

Nessa etapa, as informações coletadas devem gerar produtos que informem sobre as necessidades de informação relacionadas a diferentes perfis de usuário, fontes de informação, recursos de acesso, a serem apresentadas para discussão pela organização.

4.2.2 Metodologia proposta por Calva González

Calva González, em 2004, idealizou o Modelo NEIN para explicar o fenômeno da necessidade de informação. Nessa empreitada, o autor procurou indicar as estratégias – um método - para esse fenômeno e as partes que o constituem – necessidade de informação, comportamento informativo e satisfação da necessidade -, fossem analisados, descritos, criticados e sistematizados.

Observa-se, portanto, que a metodologia, tem a intenção de contemplar a identificação da necessidade de informação como uma parte dependente das outras duas, comportamento informativo e satisfação da necessidade, partes essenciais, sem as quais não é possível confirmar qual foi a necessidade de informação apresentada pelo usuário. Ou seja, é pela avaliação das três partes que é possível certificar qual a necessidade real que motivou o usuário a proceder a busca por informação.

Sua metodologia é baseada em um sólido aporte teórico para justificar as escolhas práticas que pretendem identificar a necessidade de informação. A pesquisa que consolidou a metodologia contemplou a realização de oito etapas, a saber:

1. Analisar as necessidades de informação.
2. Identificar as diferentes manifestações das necessidades de informação (comportamento informativo).
3. Identificar a satisfação das necessidades de informação.
4. Propor um modelo do fenômeno das necessidades de informação (criação do Modelo NEIN).
5. Propor os princípios ou fundamentos que expliquem o fenômeno das necessidades de informação.
6. Sistematizar os diversos métodos que são utilizados em diferentes investigações.
7. Expor os métodos que podem ser utilizados para analisar as necessidades de informação, o comportamento informativo e a satisfação do usuário.

8. Propor uma metodologia que permita analisar o fenômeno das necessidades de informação.

Entre esses pontos apresentados, o item 4 merece destaque, pois é o momento que o modelo teórico direciona e justifica as escolhas dos métodos, das técnicas e dos instrumentos de investigação das três partes de execução da metodologia de Calva González.

Já pelo item 8, ratifica-se que o intuito de sua metodologia é avaliar o fenômeno como um todo, isto é feito a partir da análise individual de cada parte que o constitui.

Adverte-se, entretanto, que a obra de Calva González apresenta os procedimentos e quais os momentos ou situações que as técnicas e instrumentos devem ou podem ser utilizados, mas não os sistematiza de forma conclusiva e limitada, deixando a metodologia mais maleável ao contexto de sua aplicação. As técnicas e instrumentos são selecionados, adequados ou ignorados conforme o desdobramento, necessidade ou variantes de encontrada em cada fase de investigação.

Efetivamente, a metodologia de Calva González é aberta à adequação de seus princípios e fundamentos às situações que apresentarem o fenômeno de necessidade de informação do usuário. Portanto, ele procura orientar sobre as formas e meios de aferir esse fenômeno.

Nesse sentido, o autor propõe a classificação dos métodos de verificar os episódios das necessidades de informação, rotulando-os de acordo com a forma de processamento, conforme apresentado no Quadro 3, a seguir:

Quadro 3 – Classificações dos métodos de investigação das necessidades de informação

Classificação dos métodos de investigação das necessidades de informação	
Método de análise do sistema	O sistema de informação irá fornecer os dados necessários para definir qual a necessidade, o comportamento e a satisfação do usuário. Os dados são coletados pelo sistema através de estudos específicos de disseminação da informação, de uso e usuários, de comportamento informativo e estudos de demanda
Métodos diretos e indiretos	Obtenção de dados para análise através do contato e interação direta com o usuário, recorrendo a entrevistas, questionários, observações ou, indireto, analisando dados estatísticos ou coletados por terceiros.
Métodos por tipo de comunidade de usuários	Avaliação de perfil quantitativo que afere as partes do fenômeno considerando características ou interesses em comum de usuários. A coleta de dados pode ser realizada através de levantamento do uso do sistema de informação, diretamente com o usuário, através de

	intervenção direta ou indiretamente, por meio de dados coletados por terceiros.
--	---

Fonte: CALVA GONZÁLEZ, 2004

Assim, o autor possibilita que o estudo sobre a necessidade de informação do usuário possa ser realizado através de análise ao sistema de informação, através de contato com os usuários – contato direto, pessoa-pessoa ou pessoa-intermediário não humano (cartas, e-mail, entre outros) - ou através da observação e aferição junto à comunidade que provêm esse usuário.

Como forma avaliativa das necessidades, o autor indica aos INI a adoção de, pelo menos, 5 divisões de análise.

- › Quantidade de usuários
- › Usuários reais e potenciais
- › Idade
- › Dispersão geográfica e física
- › Tipo de comunidade

Esta divisão possibilita apontar, conforme os perfis delimitados, quais as informações úteis conforme as exigências de cada grupo. Uma necessidade pode ser requerida por uma quantidade maior de pessoas conforme sua idade ou localização geográfica, por exemplo.

Ainda, o autor esclarece que é necessário avaliar quais os melhores métodos para cada fase de identificação do fenômeno. Idealiza-se a utilização de métodos apropriados e únicos para cada uma das fases de investigação do fenômeno. Entretanto, o autor não se posiciona contrário à adoção dos mesmos métodos às três fases. O importante é que consigam possibilitar a obtenção dos dados, sua mensuração e interpretação. Exemplo de método útil as três partes do fenômeno são os estudos de comunidade

Calva González realiza uma profunda análise dos métodos científicos que podem ser utilizados, conforme se adequem, a execução de quaisquer estudos dentro das classificações acima mencionadas. Os métodos mencionados são²³:

1. Investigação de mercados
2. Determinar as necessidades potenciais
3. Análise orientada por metas
4. Estudo de demandas

²³ Por não serem necessários à continuidade e conclusão desta pesquisa, os métodos serão puramente mencionados, sendo importante, à interesse do leitor ou pesquisador, a leitura da obra de Calva González.

5. Estudo de comunidade
6. Estilo de vida
7. Estudo de caso
8. Incidente Crítico
9. Por via de requerimento
10. Método Delphi
11. Análise de citação e referência

É proposto pelo autor que o investigador verifique, por meio de quaisquer destes onze métodos, qual a técnica e instrumento que permite melhor desenvolver o trabalho de investigação, selecionando o(s) melhor(es) recursos para cada fase de estudo.

Em auxílio, Calva Gonzáles (2004, p. 253 - 268) lista três técnicas e diversos instrumentos para realização do estudo, amplamente conhecidos pelo universo acadêmico e profissional, e que podem ser utilizados em quaisquer dos onze métodos acima mencionados:²⁴

12. Técnicas (vertentes):

- › Pergunta diretamente ou indiretamente ao usuário
- › Observação direta ou indireta do usuário
- › Analisar dados quantitativos dos serviços que os usuários utilizam nas unidades de informação

13. Instrumentos:

- › Questionário, entrevistas, diários, formulários de observação, formulários de opinião sobre o serviço de informação e sobre os intermediários.

A metodologia proposta por Calva González, por sua característica de se flexibilizar para adoção de múltiplos métodos pode exigir a determinação de um INI – profissional ou setores - que domine os métodos propostos, assim como, dispusesse de recursos, estrutura e tempo para efetiva realização do estudo e das fases previstas, esta questão pode ser um ponto fraco da metodologia, frente à potencialidade da sua maleabilidade.

²⁴ As técnicas e os instrumentos não serão detalhados para não ocasionar insinuações que possam limitar ou direcionar suas possibilidades de uso.

4.2.3 Metodologia proposta por Yves Le Coadic

A metodologia de Le Coadic estrutura a realização de três etapas para obtenção da necessidade de informação real do usuário. Previamente, o autor traça considerações a respeito de conceitos, definições e características do que é a necessidade de informação. Este primeiro contato sobre necessidades de informação, auxilia a compreensão das etapas desenvolvidas, os recursos citados e os atores envolvidos (usuário, instituição e intermediário).

Previamente, o autor esclarece que a unidade de informação precisa avaliar o sistema de informação para saber se ele está “executando o serviço que os potenciais usuários precisam” (LE COADIC, 1998, p. 35, tradução nossa). Esta avaliação considera avaliar o uso e resposta do sistema às demandas requeridas pelo usuário. Em segundo momento, verifica-se, junto ao usuário, se necessitam de informação complementar a já ofertada.

Espera-se que a análise da necessidade possibilite antecipar demandas similares e confirmar se o processo de identificação é funcional, servindo de meio para identificação da necessidade real do usuário e oferecendo a informação útil para o fim pretendido. Como Le Coadic (1998, p. 36, tradução nossa) evidencia: “a necessidade expressa, raramente, é a necessidade real. E ainda, ela é geralmente necessidade somente durante a pesquisa”. Assim, o processo deve ser eficaz na eliminação de quaisquer variáveis que possam desorientar o mediador na sua interação com o usuário.

Le Coadic (1998, p. 39-40) citando McKillip (1987), condiciona a realização da análise das necessidades à observação de cinco passos:

1. Identificar os usuários (não usuários) de informação e seus usos
2. Descrever o grupo-alvo, o público e o meio ambiente
3. Identificar as necessidades deste serviço de informação da população e informações
4. Avaliar as necessidades de informação e serviços de informação
5. Descrever, comunicar e implementar soluções

Para a realização das duas primeiras etapas, Le Coadic (1996, tradução nossa) indica outra obra de sua autoria, “Usos e usuários da informação”, para que sejam obtidos os elementos que identifiquem e categorizem os usuários, destacando e compreendendo características do seu ambiente de atuação e contextos que podem estar relacionados a eles. As outras três etapas serão contempladas, sequencialmente, pelas etapas de formulação de questões, negociação de

informações e diagnóstico do serviço. Neste último, será possível analisar a necessidade de informação do usuário.

1ª etapa – Formulação de pergunta

Tomaremos como primeira etapa, aquela que responde à terceira questão supracitada, ao considerar que o autor não cobra expressivamente que as duas primeiras questões são essenciais ao desenvolvimento da investigação das necessidades – são importantes, mas não impeditivas.

Assim, a primeira etapa de investigação da necessidade de informação propõe que o sistema de informação estimule o usuário a formular perguntas precisas sobre qual resposta espera obter para satisfazer ou resolver o seu problema.

Esta etapa, início da interação do usuário com o sistema, se realiza por meio de perguntas que produzem respostas curtas ou diálogos entre o usuário e um intermediário disponibilizado pelo sistema de informação. Le Coadic (1998, p. 44, tradução nossa) observa que a interação usuário -intermediário pode se apresentar sob três configurações básicas: pessoa-pessoa (usuário e intermediário humano), pessoa-computador (usuário e intermediário computadorizado) e pessoa-computador-pessoa (o computador é o meio de contato entre o usuário e o intermediário humano).

Deixa-se evidente que para esta pesquisa, apenas a primeira configuração será considerada, ou seja, os intermediários humanos serão destaque na análise crítica a ser realizada.

Os questionamentos podem ocorrer de forma verbal ou não-verbal, no entanto, afere-se (LE COADIC, 1998) a prevalência da forma verbal, com perguntas abertas, que não gerem respostas dicotômicas – como ocorrem com perguntas fechadas. O mesmo autor observa que quatro perfis de questões estão mais presentes durante a interação do usuário com o sistema.

O primeiro perfil é de perguntas puramente informativas, para obter uma única e precisa informação sobre o assunto. O segundo perfil é de perguntas contextuais, para obter informações gerais ou sem foco específico, sobre um assunto. O terceiro perfil é de perguntas sem interesse informativo.

São perguntas não relacionadas aos estoques de informação propriamente, correspondendo a identificar o que o sistema oferece aos usuários. O quarto perfil são de perguntas retóricas, para confirmar a informação solicitada ou, se a informação oferecida, corresponde ao desejado.

A formulação da questão deve considerar “três operações” (LE COADIC, 1998, p. 54, tradução nossa) que estruturam a pergunta de origem verbal, a saber: “operação cognitiva”, referente a ter consciência do que deve pedir; “operação linguística”, referente à linguagem que deve ser adotada e; “operação social”, a forma de expressão da linguagem e da demanda.

Compreende-se que as três operações são realizadas simultaneamente correspondendo, cada uma, a um elemento construtor da pergunta que será realizada. Espera-se, nesse mote, que a pergunta seja realizada em linguagem cognoscível para ambos os envolvidos na interação, expressa de forma clara e adequada para o ambiente de consulta e com dados consistentes sobre a informação que o usuário deseja obter.

A pergunta formulada precisa deixar claro o problema que o usuário possui para resolver, oferecendo dados que possam resultar em uma solução ou abrir um leque de soluções a ser selecionada pelo usuário.

2ª etapa – negociação das necessidades de informação

Le Coadic (1998) separa a etapa de negociação pela informação útil em duas temáticas, a interação e o diálogo. Esta separação possibilita compreender a configuração de conversação e acesso à informação entre o usuário e o intermediário. É a etapa que permite promover o entendimento entre as partes para que a informação útil seja disponibilizada de forma eficaz.

● **A interação**

A interação com o sistema de informação pode ser mediada ou não por um intermediário. Le Coadic (1998, p. 59, tradução nossa) a considera como a “Operação central de todos o sistema de informação”. É através dela que o usuário obtém a informação útil à sua demanda, interagindo com o Sistema de informação.

O mesmo autor compreende que pela própria estrutura da palavra interação, a existência de uma “relação de reciprocidade” se faz necessária. Portanto, no contexto em pauta, interação não seria uma mera comunicação do usuário com o sistema, dizendo o que deseja esperando uma resposta, mas sim de atuações mutuas entre o usuário e um intermediário, definido como o meio interagente entre os pacotes de informação e o requerente – a informação em si, não pode interagir sozinha com o usuário.

A interação provoca, portanto, uma atividade social, mesmo que realizada via computador. Neste pensamento, aceita-se que a socialização ocorre na elaboração do sistema

computadorizado, visto que o sistema é um produto do intelecto humano, portanto, mesmo que indiretamente, representa um ambiente controlado de perguntas, respostas, vivências e interpretações

- **O diálogo**

Para Le Coadic (1998, p. 59, tradução nossa), o diálogo é uma “interação informativa”. A interação assume uma forma de conversa, uma comunicação onde a diversidade lexical torna-se fluida, tornando-se um meio de esclarecer os interesses pela informação e seus contextos ou razões de uso.

Em compreensão ao autor, pode-se dizer que o diálogo, no cenário criado para negociar as informações úteis, é um ato de Compartilhamento de sentido, comunicativo em prol de um propósito, cooperação entre as partes – o diálogo exige cessões de ambas as partes para um consenso, independente do contato físico – não exige a presença em mesmo local e, acrônico – realizável ao mesmo tempo ou em momentos diferentes.

Para além dessas características, o diálogo pode representar quatro diferentes abordagens (Quadro 4) que as fortalecem se forem compreendidas e incorporadas a sua estruturação:

Quadro 4 - Diferentes abordagens do diálogo proposto por Le Coadic

Abordagem	Base	Compreende
Filosófica	Cooperação	A intervenção não deve ser maior do que a exigida, Não propor informações falsas ou incertas, Ser criterioso nas palavras Ser claro e assertivo
Linguística	Compreensão e identificação dos signos e estruturas gramaticais	
Sociológica	Comportamento	Influência no discurso Expressão ou omissão de dados importantes
Cognitiva	psicológico	Credibilidade cognitiva do intermediário (se mostra capaz) Emoções das partes Status do intermediário no ambiente Intencionalidade de uso da informação

Fonte: Le Coadic, 1998

O mesmo autor identifica, ainda, cinco diferentes estilos de diálogo (1998, p. 81-82, tradução nossa) promovido pelo intermediário, os quais são válidos de mencioná-los na íntegra:

Estilo I – Você quer saber a natureza do problema do usuário para encorajar a verbalização, reduzir o estresse e o estimular.

Estilo II – Você conforta o usuário sem levar em consideração a natureza real do problema. Você não o encoraja a verbalizar e não o estimula.

Estilo III – Você mostra intenção de se envolver no problema. Mas começa a discussão abordando aspectos tangenciais. Como resultado, você não ajuda a resolver o problema.

Estilo IV – Você mostra falta de intenção em ajudar a verbalização do problema. Você explica e justifica o seu ponto de vista e nega informações, considerando a posição do usuário. Você não oferece respostas racionais.

Estilo V – Você rejeita ou denuncia a necessidade expressa. Você muda de assunto ou mostra desacordo. Você expressa desaprovação ao usuário e nega-lhe oportunidade de resolver o problema.

Observa-se que desses cinco estilos, do II ao V, compreendem intermediários despreparados e pouco comprometidos com a sua função. As abordagens de diálogos, como mostrado mais acima, não são amplamente contemplados, fragilizando o sistema e, provavelmente, trazendo frustrações ao usuário.

- **A interação pessoa a pessoa**

Para Le Coadic (1998, p. 86) a interação pessoa-pessoa resulta em um ato complexo de comunicação onde um indivíduo descreve ao outro algo que nem sempre sabe como expressar ou que, em verdade, não sabe se realmente precisa. De acordo com esse mesmo autor, se “o usuário não pode identificar precisamente as necessidades de informação, não se deve esperar que ele saiba exatamente o que pedir” (LE COADIC, 1998, p. 86, tradução nossa).

Nessa percepção, o sistema de informação, por meio do intermediário, deve se antecipar a essa incerteza, precisa ler a mente do usuário, ser capaz de adivinhar suas necessidades tácitas, não expressa ou parcialmente expressas. É “descobrir como dar-lhes o que não sabem que querem” (LE COADIC, 1998, p. 86, tradução nossa).

Em referência à Robert Taylor (1968), Le Coadic (1998, p.87-88) indica quatro passos para negociar com o usuário:

1. Conscientizá-lo do seu problema, o estimulando a refletir e raciocinar sobre ele, quais os contextos de seu surgimento e razão do uso da informação.
2. Estimular a descrição mental, consciente, da lacuna que se apresenta. É deixar mais evidente o conhecimento que lhe falta.

3. Formular uma pergunta racional e qualificada com a descrição da lacuna existente, apresentando as áreas, assuntos, contextos correlatos de forma clara e compreensível ao intermediário.
4. Reformulação, pelo intermediário, da pergunta, procurando reorientá-las conforme às limitações do sistema.

Le Coadic (1998, p. 88, tradução nossa) evidencia que “a primeira pergunta nem sempre expressa [...] as reais intenções do usuário”. Nesse contexto, o intermediário o ajuda a refinar suas necessidades imediatas por informação, atendo-se às limitações e especificidades do sistema. Portanto, o último passo proposto acima, torna-se essencial para que a negociação seja concluída com ganhos reais para o usuário.

Para além das questões inerentes a qualificar a interação com o usuário, o referido autor se preocupa, também, em observar os contextos ambientais em que ela pode ocorrer. Precisamente, a questão ambiental está relacionada à estrutura e às ferramentas (considerar, neste momento, o mediador como uma ferramenta do sistema) de acesso disponível ao usuário. Isso se reflete em questões de disparidades – o que o autor chama de distância - entre os atores do diálogo.

Le Coadic (1998, p. 90-92) considera relevante a interferência da “distância interacional” como fator de enfraquecimento da negociação. Partilha a distância interacional em cinco diferentes contextos, dos quais resultam cinco teoremas, descritos resumidamente a seguir:

Teorema 1 – Distância cognitiva – Quanto maior a distância cognitiva entre os atores da interação, menor a probabilidade de compartilhamento de informação.

Teorema 2 – Distância linguística – quanto maior a distância de domínio linguístico, menor a probabilidade de compartilhamento de informações.

Teorema 3 – Distância profissional (status) – quanto “maior a distância na camada profissional dentro da mesma atividade, menor a probabilidade de compartilhamento de informações” (LE COADIC, p. 91, tradução nossa)

Teorema 4 – Distância geográfica – quanto maior a distância geográfica, menor a chance de trocar de informações.

Teorema 5 – Distância temporal – quanto maior a distância temporal (tempo de resposta entre ambos atores) menor a probabilidade de troca de informação.

Essas observações realizadas por Le Coadic, e que qualificam a negociação, quando consideradas, não precisam ser de conhecimento do usuário. Ao usuário, o que importa é

mostrar que o sistema é capaz de atender suas necessidades de informação. Desse modo, o sistema de informação deve priorizar a prévia identificação da necessidade, antes de oferecer ou indicar a informação que acredita que irá atender a demanda do usuário.

Portanto, durante a interação com o usuário, o intermediário deve estar certo que compreendeu a pergunta formulada pelo usuário, preferencialmente, mostrando essa compreensão, através de feedback que demonstre a capacidade do intermediário em entender sua situação, dirigindo a negociação e apresentando como elemento do sistema capaz de fornecer a resposta ao que necessita.

É importante que o intermediário mostre também que os demais recursos do sistema de informação existentes são capazes de atender ao usuário. São características das boas negociações pela informação, que o intermediário possa eliminar a necessidade de informação sem assistência dos demais recursos, oferecendo a informação ideal do estoque.

Idealiza-se que a negociação ocorra de forma consistente e ordenada, através de perguntas bem formuladas e corretas à situação que se apresenta, respeitando o perfil e particularidades do usuário, que não promovam situações estressantes a ambos os interagentes, relativo a pressões de tempo e domínio de conteúdo.

Uma outra característica é a da negociação aproveitar os demais recursos do sistema disponíveis para complementar as informações já disponibilizadas. Nesse sentido, o intermediário direciona o usuário para o uso certo de um recurso existente.

Para a negociação, é imprescindível que o intermediário possua qualidades que facilitem a sua integração ao sistema, o fazendo funcionar de forma plena e satisfatória ao usuário. Le Coadic (1998, p.95, tradução nossa) indica dois aspectos qualitativos do intermediário referente ao estilo de trabalho:

1. Aspectos psicológicos: são o “entusiasmo, simpatia, amabilidade”
2. Aspectos intelectuais:
 - a. Estilo operacional - relacionado ao domínio do intermediário sobre o sistema e sobre conhecimento, domínio ou compreensão dos assuntos que possam ser abordados nas negociações;
 - b. Estilo conceitual - atitudes perante o usuário, as intenções de se disponibilizar a atendê-los e oferecer resposta a suas necessidades.

Estes dois aspectos, apresentam qualidades do intermediário que facilitam o diálogo e a interação frente ao usuário, possibilitando transparecer confiança, segurança e credibilidade sobre a informação que será disponibilizada ao usuário.

3ª etapa – Diagnóstico da necessidade de informação

As duas primeiras etapas visavam (1) identificar a necessidade de informação por meio de perguntas realizadas pelo usuário ao sistema (formulação), as quais precisam ser bem estruturadas para que atinja seu objetivo de obter uma resposta ou (2) identificar a necessidade não claramente explícita nos questionamentos do usuário, por meio de negociação realizada por um intermediário, direcionando o usuário a revelar suas necessidades de informação em consideração ao contexto e finalidade de uso da informação obtida.

O diagnóstico, como etapa final para identificação da necessidade de informação do usuário, serve para verificar se houve efetividade no processo de fornecer a informação útil ao usuário, ou seja, se o intermediário foi capaz de fornecer a informação que irá satisfazê-lo.

O diagnóstico é importante para a legitimação e validação do processo investigativo. Para tanto, considera, para fins avaliativos, os elementos que constituem o conjunto de fatores que influenciam na estruturação do problema do usuário, o conjunto de informações que podem contornar os fatores de influência, o conjunto de informações que podem dar resposta ao problema e o conjunto de recursos que fornecem a informação útil, conforme identificado.

Para Le Coadic (1998, p. 133-137), o diagnóstico se apresenta como um processo que serve para a resolução de um problema – implementando soluções a partir de deduções e atribuições lógicas de qual a informação foi útil - e voltado para atender ao usuário, de forma hábil, criativa, intuitiva.

As respostas às questões dos usuários são providenciadas por meio da atribuição de valor à informação conforme o intermediário consegue deduzir as intenções, os comportamentos e os enunciados do usuário.

O diagnóstico só pode ser realizado quando atendidas as condições de ordem emocional, social e cognitivas dos usuários. Portanto, necessita ser realizada após uma interação “agradável e amigável”, no ambiente de operação do sistema pelo usuário e após compreensão do estilo cognitivo do usuário.

Atendidas essas condições, o intermediário pode então colocar em teste a necessidade de informação do usuário. Saber, por meio de estratégias de abordagem, sobre o assunto demandado, se a informação contemplou a necessidade apresentada.

Le Coadic (1998, p. 142) instrui sobre a forma de mensurar e calcular qualitativamente se a informação foi útil ao usuário através de duas formas de cálculo. A primeira, o cálculo da necessidade, considera verificar a diferença entre o que se esperava obter de resposta com a resposta efetivamente obtida. A segunda forma, considera verificar índices que preveem padrões de necessidades de informação com a informação concedida. Se a informação oferecida estiver dentro das demandas mais comuns, ela tem maior potencialidade de ser efetivamente útil ao usuário.

A análise da eficácia do processo de investigação da necessidade de informação, por meio da metodologia de Le Coadic, é realizada através da adoção de uma multimetodologia. Para Le Coadic (1998, p. 148, tradução nossa), “um só método não é capaz de fornecer uma visão completa da complexidade do fenômeno em questão. Cada método dá uma iluminação particular da necessidade de informação”.

Nesse sentido, a análise é uma etapa mais aprofundada do diagnóstico, considerando dados adicionais obtidos por instrumentos de coleta e mensuração de dados. Le Coadic (1998, p. 149-159) indica tipos diferentes tipos de métodos sociais de investigação, os separando por métodos diretos e indiretos.

Como meios diretos de coleta de dados, o autor menciona que o responsável pela investigação – que não é necessariamente o intermediário – utilize o método de observação ou de experimentação.

Na primeira possibilidade, o investigador irá registrar o que o usuário diz e faz. Para este fim, podem utilizar instrumentos diversos de registro e que servirão para posteriores consultas. Como exemplo de instrumentos, lista-se livro de anotações, gravadores, filmadoras.

O observador pode ou não participar da interação ou do contexto ambiental na qual ocorre a interação podendo, ainda, realizar sua observação através de uma sequência estruturada ou não estruturada de atuação e captação dos dados. Como complemento, os recursos de diário do intermediário ou histórico do usuário e de questionários podem ampliar a captação de dados e viabilizar o registro em momentos que o investigador não esteja presente.

Na segunda possibilidade, o investigador provoca o usuário para avaliar suas reações diante de algumas condições previamente definidas. Experimenta-se variáveis diversas que possibilitem verificar que a informação atende às necessidades do usuário em diferentes contextos e razões de uso.

O segundo tipo são os meios indiretos de coleta de dados. O autor menciona, dentre eles, a realização da análise das solicitações por informação no sistema, uso de indicadores e descritores que enquadrem os dados coletados em categorias ou classificações.

Visualização gráfica da metodologia de Le Coadic

A figura 6, abaixo, exemplifica de forma simples, a metodologia de Yves Le Coadic, propondo a demonstração das rotinas que devem ser adotadas para a sua aplicação.

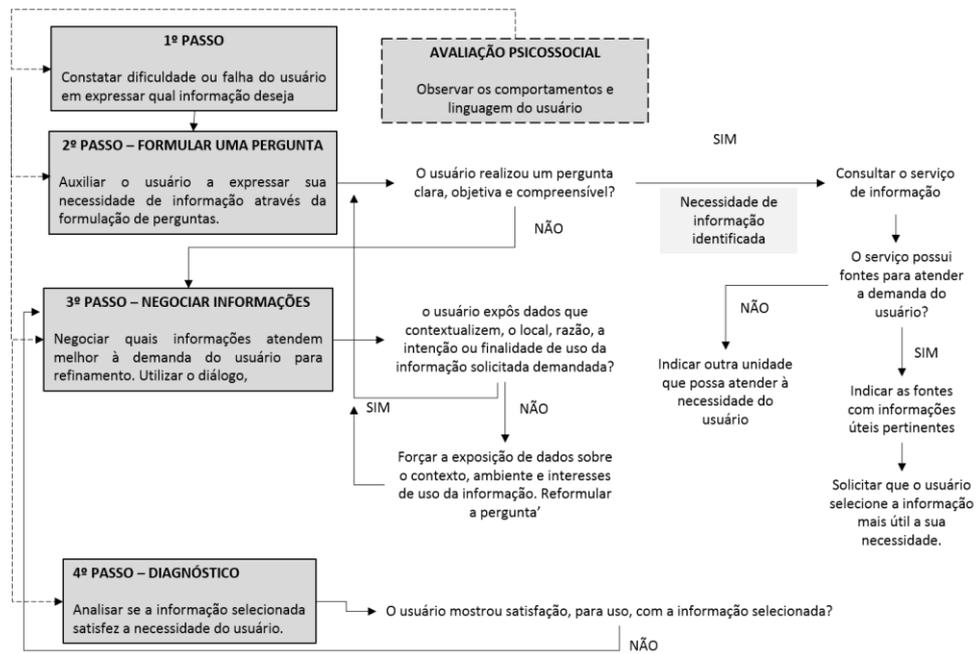


Figura 6 - Modelo de identificação da necessidade de informação de Le Coadic
 Fonte: Le Coadic, 1998

Observa-se na figura a presença de quatro passos para identificação da necessidade de informação pelo intermediário, considerando a situação na qual o usuário não consegue exprimir seus interesses (qual a informação o interessa ou deseja), a faz com dificuldade ou evita expô-la, necessitando que o intermediário atue ativamente. Neste primeiro passo, a observação comportamental do usuário, pelo intermediário, é importante e pode influenciar nos demais passos.

No segundo passo inicia-se a interação dialógica entre o intermediário e o usuário, efetivando o início investigativo da necessidade através de questionamentos, seja ele principado pelo próprio usuário ou pelo intermediário. O passo seguinte deve ser apenas realizado se as questões formuladas foram claras, entendíveis pelo usuário, e suas respostas estejam substancialmente certas possibilitando o início do processo de busca e entrega de informações.

É válido observar que uma consequência deste segundo passo, pode ser a constatação que a unidade de informação não é capaz de atender ao desejo do usuário e conseqüentemente a sua necessidade. É importante a unidade perceber sua limitação, esclarecer ao usuário e indicar outras possíveis Unidades que possam atendê-lo.

Ao terceiro passo, as informações fornecidas pelo intermediário são confrontadas com o que o usuário necessita, ou seja, se corresponde à uma informação útil para o fim desejado ou que leve o usuário a percebê-la como importante e complementar à sua necessidade. No processo de trocas e negociações de informações deste passo, novos questionamentos podem ser realizados para que as informações necessárias sejam obtidas.

Ao final do processo investigativo, o passo de diagnóstico (quarto) apura se as informações contemplaram integralmente as necessidades do usuário em atendimento à finalidade de uso pretendida. Caso negativo, é importante o retorno ao passo anterior – e se necessário até ao segundo passo – para que a informação útil seja disponibilizada ao usuário.

Ainda como decorrência do quarto passo, no caso do retorno ao segundo passo, a indicação de Unidade de Informação com melhor capacidade de satisfazer a demanda apresentada.

4.3 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS METODOLOGIAS APRESENTADAS

A metodologia proposta por Devadason e Pratap Lingam (1996) demonstra simplicidade, porém, potencial para ser eficaz na identificação das necessidades de informação trabalhando com dados fornecidos pelo sistema em vigor e dados coletados esporadicamente por meio de entrevistas.

Entretanto, em nenhuma das sete etapas indicadas há a orientação de procedimentos a serem adotados. São apresentados exemplos, considerações e possíveis meios de obter dados, porém, não oferecem os meios de interpretá-los. Estimula o uso de questionários ou outras formas de coleta de dados, mas não apresenta exemplos que facilitem a sua construção. Apesar disso, para os autores (1996, p. 13, tradução nossa), “a metodologia proposta não é apenas útil

na identificação das necessidades de informação, mas também tem um profundo impacto na busca de meios para satisfazer tais necessidades”.

Já a estrutura da proposta de Calva González (2004) remete à um guia. Um documento que orienta o pensamento do investigador, justificadas teoricamente, e que oferece as opções e formas para captação de dados e posterior análise. Seu destaque não é apenas na necessidade de informação, mas sim, no fenômeno que a define como uma necessidade.

Assim, ostenta o autor a perspectiva que a necessidade de informação, estopim para a busca de informação, só pode ser definitivamente indicada, se observados os comportamentos e satisfação do usuário com a informação obtida.

Os fatores de influência que definem a necessidade de informação, são considerados em sua formulação do método. Mas fica evidente que o método não se concentra em um processo fechado ou sistematizado de ações e técnicas, como é esperado de uma metodologia.

Da metodologia de Calva González, seu maior trunfo pode ser o seu maior complicador. A possibilidade de realizar o estudo através de múltiplos métodos pode facilitar e ampliar a captação de dados, porém, pode demandar pessoal ou setor especializado e recursos não compatíveis com a realidade da unidade de informação, inviabilizando sua execução.

Observa-se na última metodologia abordada que Le Coadic enfatiza o intermediário como elemento contribuído para a identificação da necessidade de informação do usuário. Para além, o autor demonstra o intermediário como aquele que possui os atributos e capacidades para orientar o usuário a definir melhor a sua necessidade de informação, eliminando as incertezas progressivamente e, por consequência, oferecendo informações que satisfaçam o usuário.

O autor apresenta as orientações, os métodos de análise e técnicas qualificadas para a investigação a ser realizada. Indica claramente as etapas que o pesquisador deve seguir para elucidar as necessidades de informação.

O mesmo, não descarta o relacionamento da necessidade de informação com o comportamento informacional dos usuários, porém, não indica serem interdependentes, mas sim, elementos para avaliação que contribuem um com o outro para melhor defini-los.

A metodologia de Le Coadic (1998) apresenta as sequências de sua realização de forma clara e pertinente, sendo possível sua aplicação por qualquer indivíduo, não exigindo grandes demandas de recursos para sua realização, visto que procura utilizar um elemento já existe no sistema de informação para este fim.

É importante destacar a indicação, pelos quatro autores proponentes das metodologias, a sugestão da adoção de multimétodos de desenvolvimento da pesquisa. Apresentam, pertinentemente, similaridades nas técnicas e instrumentos para alcançar o objetivo da investigação. Ressalta-se que as técnicas e instrumentos indicados são amplamente utilizados em meio científico, como questionários e entrevistas.

Atenta-se, entretanto, ao cuidado em capacitar o intermediário para que consiga prosseguir nessa tarefa, inclusive, para Devadason e Pratap Lingam (1996, p. 3-5) o investigador deveria precisar possuir status institucional, acesso à diferentes tipos de informação gerencial e capacidade intelectual compatível aos dos usuários.

Assim, verifica-se que a atribuição de intermediário - que se situa entre o sistema de informação e o usuário, mediando-os - e de investigador - que precisa de certo “poder” institucional, como defendido pelos autores - poderiam gerar perturbações. Empiricamente, é de conhecimento dos cientistas que os intermediários comumente não são indivíduos que detêm status dentro da instituição, assim, um conflito metodológico poderia se apresentar.

Calva González (2004, p. 138) não coloca em cheque o local do investigador, mas avalia que o intermediário pode ser interferir no processo de surgimento da necessidade de informação. Os aspectos psicológicos e sociológicos do intermediário são apresentados como influentes no processo de identificação das necessidades de informação. Implicitamente, as questões de simpatia, empatia e intencionalidade são apresentadas, demonstrando que o investigador deve estar atento e saber ser neutralizar as possíveis interferências causadas por esses três fatores.

Dois outros pontos importantes, apresentados por estes autores, necessitam serem enfatizados, a relação entre usuários e mediadores e a relação entre a interação e o diálogo:

4.3.1.1 Sobre usuários e mediadores

Nos espaços museológicos como ambientes que favorecem a interação interpessoal para troca de conhecimento, a interação é realizada entre um usuário e um intermediário do serviço. O intermediário deve ser capaz de ofertar ao usuário a excelência do serviço de informação, direcionando ao uso dos recursos disponibilizados, seja esse intermediário um ser humano ou uma tecnologia de informação.

São esperados que entre ambos, usuário e mediador, exista sintonia, amistosidade e empatia. Neste sentido, os intermediários humanos apresentam atributos que qualificam suas ações.

A sociabilidade inerente aos seres humanos facilita a adaptação dos intermediários humanos – ou mediadores – a diferentes contextos, cenários, interpretações e exigências, particulares ou coletivas, da unidade de informação, dos indivíduos ou de grupos de usuários.

Em interesse do usuário, os mediadores ora entregam a fonte de informação para interpretação do usuário, ora a interpretam e orientam o olhar do usuário para o objeto museológico. O mediador pode ainda indicar a fonte, clarificar suas informações, colher informações da interpretação do próprio usuário e devolver outras informações contextualizadas.

Na situação de transmissão ou troca de informação, os dois atores apresentam comportamento que permitem ao mediador adequar sua estratégia de interação para melhor entregar a informação útil de interesse do usuário, assim como, o deixar indicar suas preferências de interação e apropriação do conhecimento.

4.3.1.2 Sobre interação e diálogo

O ato de interação entre pessoas ou equipamentos, implica no surgimento de um diálogo, ou seja, de uma conversação entre partes. Para que o diálogo seja profícuo, a compreensão e colaboração entre partes é essencial. Na percepção de Martins (2015), existe o diálogo “quando um fluir de significados inunda a mente das pessoas envolvidas e desse fluir surge uma compreensão nova do problema em questão”.

Bretas (2017) também acredita ser o diálogo “a conversa em que os significados nos atravessam por inteiro. [...] os sentidos e as crenças mais profundas podem então ser compartilhadas sem ameaças de julgamento, desqualificação ou redução”

O entendimento dos comportamentos, das linguagens, dos códigos e das intenções das partes é também fundamental para um bom diálogo. Usuário e intermediário devem entrar em acordo sobre suas participações nesse diálogo.

No ambiente da unidade de informação, condizente ao aspecto humano, é o mediador quem deve conhecer previamente a conduta do usuário e se adequar, à princípio, as suas exigências. Este conhecimento prévio pode ser obtido por estudos que definem o perfil do

usuário ou do seu comportamento. Durante a interação o mediador pode, paulatinamente, alterar os acordos conforme as exigências que se apresentem.

Dos usuários é esperado que, para uso do sistema de informação, entre em acordo prévio com as normas comuns às diversas unidades de informação. Esta adequação facilita a sua recepção pela unidade.

O atendimento ao acordo, visando a troca de informações, evita que o diálogo se transforme em uma discussão ou no pior dos cenários, em um debate. Martins (2015) observa a discussão como “um jogo ganha-perde, porque o propósito é ganhar o jogo”. Está em jogo “um significado de partir as coisas, o que implica a existência de vários pontos de vista que devem ser analisados”. Bretas (2017) afirma que na discussão “há divergências de pontos de vista que vão aparecendo no decorrer da discussão”.

Em diferença à discussão, Martins (2015) esclarece:

No diálogo não se joga um contra o outro, mas todos jogando o mesmo jogo, todos com todos. Numa reunião com diálogo, as pessoas apresentam suas ideias, entregando-as ao grupo, e são analisadas por todos, independente de quem as deram. No final, surge uma nova ideia que é de todos.

O ideal, em verdade, seria que o tipo de interação discussão ocorresse em espaços e momentos especialmente criados para este fim. No cenário museológico, o dinamismo da ação mediativa pode favorecer a abertura de discussão no próprio espaço de exposição, mas deve, preferencialmente, ocorrer em contextos e momentos específicos da visita e sempre se o usuário aceitar participar da discussão.

O cenário de debate entre mediador e usuário deve ser evitado em qualquer situação. Bretas (2017), explica que no debate “a premissa básica é: ‘minha verdade eliminará a sua e assim me provarei vencedor’. Ou seja, há uma imposição de vontades e desejos pelas partes ou por uma delas, com sentido proposital de conflito.

Como exemplo, no espaço museal um usuário pode, por não achar o mediador competente para a situação, o expor a situações inconvenientes, o provocando esperando uma reação. O mediador nesta situação deve ser capaz de evitar o conflito, utilizando estratégias de desvio e fuga, mas sem deixar de atender ao usuário.

Por mais inconcebível que possa ser imaginar que tal situação possa ocorrer em uma unidade de informação, é necessário lembrar que o comportamento humano não é 100% previsível (BLOISER, 2017), portanto, é necessária cautela.

É nesse sentido, de evitar debates no ato interativo, que Le Coadic (1998) condiciona que o mediador deve possuir competências de hospitalidade e comunicação. Acrescentamos ainda, a competência para gerir conflitos. Portanto, o mediador necessita ter sensibilidade no traquejo social, fluidez linguística, empatia e credibilidade. Como contraparte, o usuário também deve ter civilidade no trato com o mediador e com a unidade de informação. Já a instituição precisa deixar claras as regras de interação e prover os meios para que elas sejam cumpridas efetivamente.

4.4 QUESTÕES AVALIATIVAS DAS METODOLOGIAS

Conforme prevista na metodologia de pesquisa, propõe-se que as metodologias sejam avaliadas ao serem respondidas oito questões relacionadas a sua aplicabilidade, usabilidade e adaptabilidade e demais elementos citados no item 3.3.1 deste trabalho. Sendo importante verificar os aspectos epistemológicos, técnicos, formais, éticos e políticos que possam influenciar, potencializar ou contraindicar o seu uso em determinados contextos, locais e situações. Atendendo aos critérios estabelecidos previamente – apresentados no Capítulo 1 – as questões são:

a) Apresenta as bases epistemológicas sobre necessidade de informação?

Calva González realiza uma retrospectiva histórica e a indicação dos teóricos que embasam a estruturação do seu modelo NEIN. Considerando que um dos desdobramentos desse modelo é a proposição de uma metodologia, podemos considerar que o autor dispôs, para conhecimento mais aprofundado, as bases epistêmicas, citando diversos estudiosos, que situam as necessidades de informação no prisma da Ciência da Informação, apresentando os contextos de surgimento, dependência, consequência da necessidade de informação, além de suas características, tipologias, atores, fatores de influência.

Yves Le Coadic (1998) apresenta superficialmente, mas com propriedade, aspectos relacionados aos estudos realizados sobre o assunto e suas reflexões teóricas que dão consistência a sua metodologia. Relacionado diretamente ao processo de identificação, apresenta os autores que interagem nessa atividade. Esclarece sobre as tipologias, fatores de influência, contextualizações de surgimento das necessidades. De forma negativa, superficialidades epistêmicas apresentadas não auxiliam ao leitor uma compreensão completa sobre o assunto, entretanto, oferece conhecimentos necessários para aplicar, com qualidade a sua metodologia

Devadason e Pratap Lingam (1996) são sintéticos e diretos na sua metodologia, remetendo a um guia prático de realização da atividade. Limitam-se a expor sua reflexão citando aspectos mais importantes em cada etapa, características e fatores que podem influenciar o surgimento da necessidade de informação.

Neste quesito, as metodologias de Calva Gonzáles (2004) e Le Coadic (1998) atendem o requisito que permite ao investigador, ou ao planejador, conhecer com maior particularidade o assunto que será investigado. Ao conhecer o objeto de trabalho, o investigador saberá identificar com mais clareza o que deve observar.

b) Apresenta e explica os métodos e técnicas para identificação?

Devadason e Pratap Lingam apresentam sua metodologia dividindo-a em etapas, cada qual, ao serem abordadas, indicam os melhores métodos e técnicas para alçar seu êxito e prosseguir com a investigação. Entretanto, não detalha, não explica, nem justifica os métodos e técnicas indicadas. Obriga o investigador a ter o conhecimento e domínio prévio dessas técnicas ou apresentar para utilizá-las acessando outras fontes.

As três etapas de investigação de necessidade de informação planejadas por Le Coadic (1996) não apresentam, durante a sua explanação, os métodos e técnicas a serem adotadas, estas são apresentadas e abordadas apenas ao final do livro. O autor justifica as indicações dos métodos e técnicas, apresentando brevemente o que esperar da adoção de cada uma delas e como proceder.

A investigação da NEIN, proposta por Calva González (2004), é acompanhada pela indicação de métodos e técnicas que podem ser utilizadas visando ao sucesso na realização do processo. O autor investe na avaliação e reflexão das vantagens e possibilidades de uso de diversas técnicas e métodos. O investigador tem a possibilidade de selecionar qual será a mais adequada para a sua condição ambiental, financeira e contextual.

O agravo nesta metodologia é o fato de que os procedimentos e etapas de investigação não são definidas, mas são indicados assuntos que podem ser explorados para identificar a necessidade de informação, necessitando que a sua aplicação dependa da leitura integral da metodologia para sua, compreensão e apropriação.

Neste aspecto, as três metodologias atendem ao pré-requisito, porém, Calva González (2004) contribui de maneira mais relevante acerca dos métodos e técnicas que podem ser utilizados.

c) Apresenta exemplos prontos, ou para produção, de modelos ou estruturas de aplicação e desenvolvimentos prático da metodologia, com as devidas orientações de uso?

Das três metodologias, apenas Le Coadic (1998) apresenta modelos estruturados de instrumentos de aplicação e desenvolvimento de sua metodologia. Entretanto, esses exemplos são baseados no contexto vivenciado em bibliotecas. O autor confirma a possibilidade de aplicação similar nos demais tipos de unidade de informação, porém, sua constatação não pode ser realizada sem a prática.

Dos demais autores, Devadason e Pratap Lingam (1996), nada apresentam e Calva González (2004) apenas tece considerações sobre a aplicação das técnicas, assim, possibilitando que o usuário possa as compreender e melhor selecionar.

d) Há consideração aos aspectos políticos e éticos no processo?

Os três autores apresentam, com maior ou menor profundidade, os aspectos políticos e éticos aos quais suas metodologias podem estar expostas. Todos consideram os fatores de interesse e envolvimento humano e institucional como potencializadores da realização e sucesso do processo de identificação. Há, ainda, a preocupação de que essa investigação considere os aspectos sociais e psicológicos do usuário evidenciando, portanto, a atenção necessária às inferências e interferências de cunho político e ético no processo de aplicação das metodologias.

e) Apresenta claramente o papel dos atores envolvidos no processo?

Nas metodologias de Calva González e de Devadason os atores são indiretamente citados. Porém, ficam claras, pela exposição das ideias, as posições dos usuários, dos intermediários, da instituição, da comunidade e dos investigadores dentro do processo.

Devadason e Pratap Ligam apresentam os usuários de forma indireta, porém, deixam clara a participação do Identificador de Necessidades de Informação (INI) (1996, p. 4), destacando as qualidades e aptidões que devem possuir para realizar essa atividade. Todavia, esses autores colocam o investigador como elemento externo ao processo.

Le Coadic apresenta os mesmos atores dos dois outros estudiosos, porém, define claramente o papel do intermediário do serviço de informação como interferente direto no processo para identificar a necessidade do usuário. Inclusive o destaca como elemento privilegiado da interação, percebida no processo de busca de informação pelo usuário e a

manifestação da necessidade de informação. Para o autor, o mediador pode – e preferencialmente deve – ser o investigador.

Neste quesito, os três autores apresentam, caracterizam e responsabilizam os atores envolvidos no processo. O destaque deve ser dado à Devadason e Pratap Lingam e Le Coadic, pois apresentam duas possibilidades de definir quem irá realizar o processo de investigação.

f) Há definição e orientação das etapas de planejamento, execução, checagem e ação?

As metodologias de Le Coadic e de Devadason e Pratap Lingam apresentam claramente as etapas e estratégias de aplicação de sua metodologia, permitindo o planejamento e a realização das demais etapas. Entretanto, o “o que fazer” de forma efetiva com o resultado – ou seja, agir ou usar – não são abordadas por essas metodologias. Há indicações de onde podem ser utilizados os resultados, no entanto, não demonstram de forma prática ou por simulação.

Em situação análoga, está a metodologia de Calva González, mas com o diferencial de que as etapas e sequências de atuação não estão claras. A metodologia não prima por prender o investigador em um processo fechado. As fases de investigação apresentadas no modelo NEIN idealiza o processo, mas não obriga a utilização da sequência apresentada.

g) Expõe de forma clara, orientações para participação do investigador (para sua capacitação ou atitude) no processo de identificação?

Calva González não define o indivíduo que deve realizar o trabalho de investigação, ou seja, qualquer indivíduo pode ser capaz proceder o processo investigativo. Devadason e Pratap Lingam (1996, p. 4) sugerem a definição de um indivíduo para realizar a investigação, o (INI), mas não orienta efetivamente sobre como deve proceder. Ao investigado cabe compreender a sua metodologia, traçar suas estratégias de aplicação e a colocar em prática.

Por sua vez, Le Coadic aponta para que o intermediário, já vinculado à unidade de informação, é quem seja capacitado para investigar as necessidades, entretanto, apenas indica que o intermediário deve aprender a como ser interativo (1998, p. 162), não instruindo sobre, mas destacando pontos que devem ser dominados pelo investigador como, hospitalidade e o conversação (diálogo).

São três percepções diferentes, mas que não impossibilitam a aplicação das metodologias correspondentes. Entretanto, pela proposta de Le Coadic, o investigador pode ter maior chance de êxito em sua atividade por já conhecer, do seu cotidiano de trabalho, o sistema

de informação e os usuários, conhecendo contextos e situações que podem não estar acessíveis a um investigador externo.

h) Apresenta os meios de possibilidades concreta de adequação para os diferentes perfis de unidade de informação?

Os três autores mencionam a possibilidade de uso das metodologias em diferentes unidades de informação. Porém, nenhum apresenta exemplos concretos de sua aplicação, por exemplo, em museus e arquivos.

Neste quesito, nenhuma das metodologias podem ser qualificadas de imediato. A sua aplicação em outros perfis de unidade de informação vai depender de estudo que permita verificar sua adaptação.

4.5 VEREDITO: avaliação das qualificações da metodologia de Yves Le Coadic

Apresentadas as ponderações a respeito das metodologias que possibilitam a investigação da necessidade de informação em unidades de informação, foi possível verificar que a metodologia de Le Coadic possui mais elementos que compatibilizam com os requisitos qualitativos desejáveis, conforme intenção desta pesquisa, mencionados no item 3.3.1

Consoante a esta afirmativa, é seguro aprofundar a pesquisa com a verificação da aplicabilidade desta metodologia através de cenários e situações hipotéticas que podem ser observados no cotidiano dos museus. Desta forma, será mais fácil compreender como a metodologia proposta por Le Coadic pode ser útil e eficaz ao investigador das necessidades de informação dos usuários de museus.

4.5.1 Considerações prévias do autor x expectativas da Museologia

A metodologia de Le Coadic (1998) é claramente apoiada no cotidiano da interação intermediário ou mediador e usuário, quando este acessa o serviço de informação para realizar a atividade de busca por informações.

Le Coadic instrui que o mediador deve orientar o usuário a formular a sua pergunta de forma que seja possível identificar claramente o problema que precisa de resposta. Deve dar preferência a perguntas fechadas, procurando direcionar o usuário a definir um ou mais alvos

que se relacionem a sua intenção de uso da informação. Ao mesmo tempo, deve observar as peculiaridades linguísticas, psicológicas, sociais e ambientais que podem estar impedindo que o usuário formule a pergunta de modo compreensível.

Apesar do cenário de interação apresentado por Le Coadic se limitar a biblioteca, o autor deixa claro que a aplicabilidade de sua metodologia não deve sofrer tal limitação. Ou seja, o investigador não deve deixar de utilizá-la por estar em outro perfil de unidade de informação. Basta adaptar a metodologia à sua realidade e contexto de interesse, respeitando as peculiaridades dos usuários e da unidade de informação em estudo.

Outro ponto a ser contornado, relacionado aos exemplos dados pelo autor para aplicação da metodologia, é a atuação estática do intermediário. Em seus exemplos Le Coadic apresenta o intermediário como ser estático, passivo, sem ação proativa para interagir com o usuário. O intermediário não vai ao usuário, ele aguarda a ser abordado e então começa a agir.

Em consideração ao explanado nos itens 2.4 e 4.3.1.1, a passividade do mediador pode prejudicar ou até mesmo impedir a interação entre partes, trazendo dificuldades à efetiva satisfação da necessidade de informação do usuário.

Apesar desta realidade diferir das situações mais corriqueiras de interação mediador-usuário presenciadas em museus, onde é percebida uma interação mais dinâmica e pessoal, ela pode ocorrer e talvez aconteça com mais frequência do que uma simples observação da dinâmica revela. Apenas um estudo pode comprovar o grau de passividade ou iniciativa na relação estabelecida.

Assim, em percepção aos ambientes museológicos, os exemplos de interação elencadas por Le Coadic não contemplaria todas as possibilidades de cenários que envolvem a interação entre mediador e usuário. Para ratificação desta premissa, sugere-se a análise de cinco admissíveis cenários de interação mediador-usuário, no museu²⁵:

Cenário 1: O mediador é interpelado pelo usuário, quando este adentra ao museu e requer sua participação.

Cenário 2: O mediador é interpelado pelo usuário, após este sondar o museu, solicitando a sua participação.

²⁵ Estes cenários podem representar também a realidade de outras unidades de informação, porém, em razão do interesse do autor, as dinâmicas se concentrarão nas unidades de perfil museológico.

Cenário 3: O mediador aborda o usuário, após este se ambientar ao museu e o acompanhar durante a visitação.

Cenário 4: O mediador aborda o usuário, antes de conhecer o museu, e se oferece para guiar o museu

Cenário 5: O mediador media, obrigatoriamente, uma pessoa ou grupo de pessoas.

Ainda podem ser citados três cenários que não provocam interação entre usuário e mediador, não possibilitando investigar a necessidade de informação do usuário, mas que pode se influenciar na satisfação de uma possível necessidade existente e que, como mencionado, não será possível confirmá-la:

1ª possibilidade: cenário onde o usuário, por conta própria, interpreta os demais recursos informativos sem auxílio do mediador. Situação onde não ocorre interação, mas é possível observar o comportamento do usuário.

2ª possibilidade: cenário onde o mediador se furta de interagir com o usuário. Nesta situação a interação é prejudicada ou anulada, mas possibilita, também, observar o comportamento do usuário.

3ª possibilidade: cenário onde o usuário consulta o museu para obter informações fúteis, como quais horários de funcionamento ou o nome de alguém da equipe. A necessidade de informação é explícita e o usuário está ciente dela. Neste evento, temos a interação e um comportamento, mas a necessidade não está relacionada diretamente a informações que geram conhecimento para desenvolvimento cognitivo próprio ou visando a prática específica de uma ação.²⁶

Nesta terceira possibilidade a necessidade por informação é explícita, não demandando uma metodologia averiguar sua satisfação, pois são automaticamente satisfeitas ao serem respondidas pelo intermediário.

²⁶ Em debate ocorrido entre a equipe do Museu de Minerais e Rochas da Universidade Federal de Pernambuco, em junho de 2018, sobre o assunto necessidade de informação, a graduanda de sétimo período em biblioteconomia Jhoicykelly Pessoa, ponderou que nesta situação, a informação solicitada não tem caráter científico, não tem conteúdo empírico. Os museus e bibliotecas trabalham com a informação que, ao final, possui teor científico ou é aplicada uma metodologia cientificamente criada para melhor disseminar a informação. A informação mencionada na terceira possibilidade não tem interesse de transferir o conhecimento sobre um assunto, apesar de provocar uma mudança do estado cogniscente. Reiterando, neste caso, não nos referimos à informação tratada para os fins sociais ao quais se destinam as bibliotecas e os museus. É provável que este tipo de informação possa ser relevante para ciências como Administração ou Gestão de Recursos Humanos, cujas as atividades se relacionam com questão organizacional e temporal da instituição. Para este pesquisador, esta percepção da 3ª possibilidade é aceitável, apesar de apresentar incongruências relacionadas alguns tipos de fontes de informação disponibilizadas na unidade de informação, principalmente em bibliotecas, como os livros paradidáticos que não possuem necessariamente fins científicos.

Exemplo da 3ª possibilidade

Usuário: Como faço para visitar o museu?

Mediador: Você pode vir nos dias e horários de funcionamento normal ou por agendamento

Usuário: E quais os dias e horários?

Mediador: Neste panfleto, há o período de funcionamento e outras instruções.

Usuário: Obrigado!

4.5.2 Avaliação de cenários

Os cinco cenários acima mencionados apresentam tanto aspectos compartilhados, mas não necessariamente gerais, quanto particulares. A verificação do uso da metodologia, ou seja, se suas etapas são aplicáveis nos cenários propostos, permitirá observar como a identificação e satisfação da necessidade de informação podem ocorrer no ambiente museal, além de atestar a presença dos elementos que influenciam, direcionam e condicionam o surgimento da necessidade de informação.

Partindo da premissa proposta por Ghisi (2016, negrito da autora) – “Normalmente, os cenários são utilizados para fornecer **uma imagem ou visualização de uma experiência esperada [...]**” - a avaliação de conjectura aqui proposta apresentará alguns cenários de interação hipotéticos, porém, que refletem a realidade do museu, sobre o qual serão mencionadas hipóteses de ocorrência de surgimento e satisfação da necessidade de informação do usuário.

Pretende-se observar, contudo, se as etapas de formulação de pergunta, negociação de informações e diagnóstico da satisfação, estão presentes na interação ou podem ser inseridas no contexto do diálogo entre usuário e mediador. Não se procura, com isso, delimitar qualquer tipo de interação, mas trabalhar com as mais frequentemente observadas nos museus.

Cenário 1 - O mediador é interpelado pelo usuário, quando este adentra ao museu e requer sua participação.

O usuário / visitante ingressa no museu e, de imediato, antes de conhecer o ambiente, procura o mediador e solicita sua intervenção. O usuário é sujeito ativo na interação, enquanto que o mediador é sujeito passivo, aguardando que o usuário determine o rumo inicial da interação. Situação semelhante ao cenário de biblioteca, apontado e analisado por Yves Le Coadic.

A interação pode despontar para alguma das seguintes situações:

- a) O usuário demanda informação sobre um assunto, abordagem ou tema específico, sobre o qual acredita que o museu a possui.

Nesta hipótese, o usuário já possui determinada a informação que precisa, assim como sua finalidade e contexto de uso. Solicita a participação do mediador por acreditar que ele pode lhe entregar a informação útil à sua demanda, ou por questão de sociabilidade, tem preferência pela participação.

A satisfação da necessidade do usuário está diretamente dependente do mediador. O usuário espera que o mediador seja capaz de atender a demanda.

- b) O usuário apresenta uma demanda ao mediador, mas não consegue definir com clareza a informação que necessita.

Nesta interação, o usuário valoriza o mediador como elemento capaz de atender aos seus anseios, assim, tem papel fundamental na efetiva satisfação da necessidade de informação.

- c) O usuário não possui intencionalidade em obter informações, ou seja, não possui uma necessidade explícita. Entretanto, observa o mediador como o elemento do serviço de informação que pode lhe conceder informações – sem especificidades.

O contexto apresenta um usuário cuja necessidade de informação está inconsciente, mas existente, pois mobiliza o usuário em buscar informações, mesmo que incertas. O estado inconsciente, de alguma forma, o direciona ao museu.

A necessidade por uma informação emerge à consciência, a medida que a interação ocorre. Ou seja, a necessidade surge pelo estímulo do mediador, do ambiente e da própria informação. O usuário perceberá a informação obtida como útil, mesmo que sem intencionalidade.

A metodologia de Le Coadic é aplicável nessas hipóteses e contextos apresentados?

A resposta é sim. Porém, a depender da situação, a fase de formulação de perguntas pode ser eliminada. Presume-se que na primeira situação apresentada para este cenário, que o usuário já possui a informação clara e que, sabendo a temática do museu, contextualiza a sua fala com maior precisão.

Gostaria de conhecer mais sobre a história e a origem do frevo. (hipótese a)

Entretanto, esta situação pode não ser a regra, portanto, a interferência do mediador para aperfeiçoar e adequar a pergunta que o usuário procura obter, pode ser necessária.

É comum que a interação do mediador com o usuário seja mais dinâmica e impessoal, possibilitando que o diálogo flua com mais naturalidade. Claro, as condições ambientais e a situacionais podem alterar o estado de diálogo

Preciso saber a história e origem do frevo com urgência. (hipótese a)

Nada sei sobre o frevo. O que há de interessante? (hipótese c)

Neste contexto, a negociação, após a atividade de formulação, pode ser iniciada para agilizar a resposta que o usuário precisa.

Mediador: *Para que você precisa da informação urgente? O que exatamente gostaria de saber? Me diga se posso lhe orientar para o melhor recurso.*

Usuário: *Preciso para uma apresentação temática hoje à tarde!*

Mediador: *O que você já sabe a respeito? Não quero lhe repassar informações que você já saiba.*

Chama a atenção, no exemplo anterior, a tentativa do mediador em saber o conhecimento prévio do usuário. Desta forma, evita a repetição de informações inúteis podendo, ainda, retificar esse conhecimento.

O diagnóstico de satisfação da necessidade pelas informações entregues pode ser verificado pelo comportamento do usuário (de fascínio ou descontentamento), ou por alguma expressão verbalizada. O mediador deve estar atento a esses aspectos, como já indica Le Coadic.

Mediador: *Você vem curtir o nosso frevo no carnaval?*

Usuário: *Não saberia como realizar o passo “parafuso”.*

Mediador: *Mas você pode tentar os outros passos....*

Cenário 2 - O mediador é interpelado pelo usuário, após este sondar o museu, solicitando a sua participação.

A interação entre usuário e mediador neste cenário já possui o elemento que contextualiza a informação e provável rumo que o diálogo, entre parte, tomará. O espaço museal oferece a informação, ela pode não ser a suficiente para a necessidade do usuário, portanto, ele recorre ao auxílio do mediador para obter as informações correspondentes.

Vislumbra-se, como contexto de interações possíveis:

- a) O usuário não tem clara a sua necessidade de informação, portanto, não sabe exatamente qual informação buscar em observação ao espaço museal. A convocação do mediador poderá ser para esclarecimento sobre um assunto específico que o usuário esperava encontrar disponível no museu, ou seja, sua tentativa de obter a informação em vistoria ao espaço foi frustrada.
- b) O usuário foi estimulado pelo espaço museal. Sua necessidade por informação foi provocada por algum objeto. O mediador é convocado para prestar esclarecimentos sobre determinado assunto. A necessidade de informação poderia estar adormecida ou inconsciente.

Neste cenário, o mediador, se capacitado, se sentirá mais confortável em interagir com usuário. O fato do usuário requerer informação relacionada ao acervo favorece para que o mediador selecione informações padrões sobre o assunto.

Porém, o mediador deve estimular para que o esclarecimento produza o conhecimento esperado pelo usuário. Logo, durante o processo de mediação, ele deve tentar explicar diversos aspectos que rodeiam o assunto. Aspectos esses, que podem ser direcionados conforme o interesse do usuário, possibilitando que, o mesmo, seja questionado sobre as curiosidades que possui.

A metodologia de Le Coadic é aplicável nessas hipóteses e contextos apresentados?

A resposta também é sim. Neste cenário o usuário irá expor sua necessidade de informação, com grande probabilidade, através de perguntas baseadas nos objetos ou recursos informativos do próprio espaço. Esse fato facilita a compreensão do mediador acerca o problema a ser respondido.

Quais dessas “pedras” custam mais caro?

Apresentam-se as duas hipóteses referidas anteriormente: ou a pergunta reflete um conhecimento prévio, geral, sobre “pedras” valiosas ou, por algum estímulo do espaço – provavelmente aliado a um conhecimento prévio – o usuário tomou consciência da falta de conhecimento sobre o referido assunto.

O mediador pode, na situação apontada acima, apenas responder a pergunta ou estimular a formulação de novas perguntas.

Mediador: *Você sabia que as pedras preciosas são chamadas de gemas? Quer conhecer outras gemas?*

Usuário: *Quero conhecer a gema mais cara que vocês possuem.*

Mediador: *Aqui estão as gemas mais caras. Você já conhecia alguma?*

Usuário: *Sim, já as vi. Mas, porque elas são as mais caras?*

Observa-se que à medida que o mediador apresenta alternativas de informações, o usuário se sente estimulado a questionar. A informação inicial aparentemente foi satisfeita e gerou novas necessidades de informação. Ao final, permanecendo na temática do diálogo escolhido até o momento, o mediador pode verificar se a informação foi a necessária para o usuário.

Mediador: *E então, qual será a pedra preciosa que você dará de presente à sua mãe?*

Usuário: *Se pudesse, seria esta, mas esta também é muito bonita.*

Adverte-se, por fim, que no diálogo apresentado, o mediador deve ter cuidado para não guiar o diálogo, oferecendo informações padrões ou que desfoquem do interesse original do usuário. É importante, portanto, que o mediador, em meio ao diálogo, conheça o interesse do usuário.

Mediador: *Você gosta desse assunto, pedras preciosas?*

Usuário: *Sim, gosto para fazer colares e anéis.*

Cenário 3 - O mediador aborda o usuário, após este se ambientar ao museu e o acompanha durante a visita.

É aplicável. O mediador toma a iniciativa e provoca o usuário a expressar qualquer dúvida ou curiosidade que possua em relação ao que observou no museu. Ele fica à disposição, próximo ao usuário para que o diálogo tenha início a qualquer momento, ou o aborda de forma amigável no momento que acredita ser propício.

A necessidade por informação pode surgir de forma abrupta, com o usuário tomando consciência dessa necessidade sem previsibilidade. Ou seja, a origem dessa necessidade, ainda está no inconsciente.

Este germen também poderia já estar presente no usuário desde antes a sua entrada, ou pode ter sido plantada durante a ambientação no museu, mas que apenas eclodiu com a participação e constante estímulo do mediador.

Neste cenário, deve-se ter cuidado para não demonstrar “vigiar” o usuário, podendo gerar constrangimentos e, conseqüentemente, redução da chance de interação para troca de informações.

O diálogo realizado será quase sempre, relacionado aos objetos. Neste âmbito, as perguntas devem ser estimuladas constantemente, de preferência, a partir de uma, iniciada por um estímulo do mediador.

A metodologia de Le Coadic é aplicável nessas hipóteses e contextos apresentados?

É possível. Neste cenário, o mediador, por estimular o diálogo, tem maior potencial em identificar a necessidade de informação do usuário e, caso este não o possua consciente, tende a estimular a curiosidade.

Você sabia que esta planta é carnívora?

A iniciação do diálogo precisa direcionar a formulação de uma pergunta pelo usuário. Isso pode demonstrar o interesse sobre a temática, gerando uma demanda por informação antes inconsciente, ou ainda, se o usuário já a possuir consciente, o forçará a expô-la.

Usuário (1): Já conhecia plantas carnívoras, mas não sabia que essa é um exemplar.

Usuário (2): Já conhecia plantas carnívoras, mas meu interesse é sobre plantas aquáticas. Quais você tem aqui?

A negociação por informações pode ser observada em decorrência da interferência do mediador conforme o interesse demonstrado pelo usuário.

Mediador: Quais plantas carnívoras você conhece?

Usuário: Poucas, apenas aquelas que apresentam na televisão

Mediador: Posso lhe mostrar algumas que possuímos em nosso acervo?

Usuário: Já conheço essa e essa, mas não essas outras.

Mediador: Posso lhe explicar sobre as diferenças entre elas?

O risco nesta negociação, novamente, é que o mediador direcione o interesse do usuário por informações que ele pode não necessitar. Ele deve perceber o comportamento e linguagem do usuário para saber o momento de trazer novos temas ou ausentar-se.

O diagnóstico para averiguar se a necessidade de informação foi atendida baseia-se na observação do comportamento e no conteúdo do diálogo. O usuário mostrará satisfação ou descontentamento, na medida em que a informação está sendo transmitida.

Cenário 4- O mediador aborda o usuário, antes de conhecer o museu, e se oferece para guiar no museu

O contexto apresenta um mediador proativo, que apresenta tendência a querer socializar o seu conhecimento e sobre o potencial do museu como produtor e disseminador do conhecimento.

Duas podem ser as hipóteses de interação do mediador junto ao usuário neste cenário.

- a) O mediador, por conhecer o perfil dos visitantes, os direcionam para obter informações mais objetivas. Deixando informações, aparentemente secundárias, para momentos finais ou eliminando-as definitivamente do processo de interação.
- b) O mediador, em interesse institucional ou pessoal, direciona os usuários para informações que podem não ser de interesse deles ou que não condizem com a motivação que os levaram ao museu.

Observa-se a passividade do usuário, frente ao mediador, em expor as suas demandas de informação. O mediador, portanto, deve ter consciência de suas atitudes, pois podem ser extremamente influentes sobre os comportamentos e demandas dos usuários, impedindo-os de expressar suas necessidades de informação.

A metodologia de Le Coadic é aplicável nessas hipóteses e contextos apresentados?

Este é um cenário comum no espaço museológico, o mediador apresenta-se e procura sondar os interesses ou razão para visitação.

A depender desses fatores e de conhecimentos pr evios sobre o assunto do museu – ou de outros museus - a fase de formulação de perguntas pode ser dispensada – o usuário dispensa o mediador -, pode ocorrer ao seu início, durante o trajeto museológico ou ao final dele, estimulada ou não pelo mediador.

Mediador: *Bom dia, sejam bem-vindos! Meu nome   João, estou a sua disposição para medi -los ou prestar esclarecimentos sobre o museu.*

Usuário: *Bom dia, João. Preciso saber mais a respeito de aparatos indígenas Xucuru.*

Mediador: *Claro! Vamos até a vitrine correspondente e irei lhe mostrar os objetos que possuímos dessa comunidade.*

A iniciativa de se dispor a prestar esclarecimento a respeito da demanda abre espaço para que o mediador afine a pergunta inicial, forçando ao usuário e reformular suas perguntas a partir de informações diversas sobre o assunto.

Mediador: *Você gosta da temática indígena?*

Usuário: *Sim, gosto bastante.*

Mediador: *Alguma razão específica para querer conhecer melhor os Xucurus?*

Usuário: *Vou realizar uma pesquisa na comunidade deles e gostaria de saber mais sobre a cultura deles.*

Mediador: *Ótimo! Caso deseje, podemos conversar sobre seus hábitos, alimentação, vestuário ...*

O diagnóstico de satisfação da necessidade, como nos demais cenários, é dependente dos retornos do usuário através de seu comportamento e fala.

Estou encantada com a diversidade e riqueza dessa comunidade indígena

Cenário 5- O mediador media, obrigatoriamente, um grupo de pessoas.

Neste cenário, o mediador é obrigado institucionalmente a realizar a mediação, independente de domínio do assunto, vontades pessoais ou características. Nesse contexto, o mediador pode não saber, ou mesmo se preocupar em identificar, qual a necessidade de informação que o usuário ou grupo deles estão demandando.

Este cenário não é estranho em situações na qual o usuário realiza visitas de grandes grupos, com destaques aos grupos escolares. A visita grupal é um dos contextos em que pior se desenvolve a interação do mediador com os usuários de forma particular. A atenção do mediador deve ser direcionada a todos os presentes.

Comumente, as necessidades de informação individuais dos usuários não são expostas, e quando são, costumam ser – se influenciado ou não - de interesse do assunto coletivo. Entra neste campo, um duelo constante entre as necessidades individuais e as coletivas, no qual, o indivíduo cede seu interesse por uma informação particular em razão de uma informação que interesse a todos – o usuário formula uma questão na qual a resposta servirá a todos ou que os demais acreditem que a informação obtida também seja útil a eles.

Neste cenário o mediador preocupa-se em indicar informações que possam interessar a todos os participantes, raramente direcionando a resposta a um usuário ou realizando uma interação individualista.

A metodologia de Le Coadic é aplicável nessas hipóteses e contextos apresentados?

É possível, mas pode se mostrar de difícil realização, limitado ou falho. Nesse caso, o assunto já é determinado e a necessidade de informação pode ser presumida em atenção ao perfil do visitante ou aos seus interesses. A informação será padronizada para todos, independentemente do uso que será dado.

Nesta vitrine estão os vestidos utilizados por celebridades durante o século XX.

A necessidade de informação apresenta-se dispersa entre interesses e comprometermos de uso individuais de cada usuário do grupo. Há a expectativa de que o mediador apenas transmita a informação, sem demandar a interação individual, que o ajudaria a melhor definir a informação útil para cada usuário.

Para estudantes de moda, é interessante observar os tipos de tecido que predominavam por todo o século XX.

Um possível questionamento, que será exposto, ou não, ao mediador poderia ser:

Mas preciso saber qual o tecido por década. De todos os tecidos existentes e não só os predominantes.

Tanto a expressão e quanto a incitação à formulação de perguntas se torna prejudicada pelo ambiente, pelo comportamento do mediador e pelo contexto – o usuário pode se sentir acuado ou desinteressado, portanto, não adquirindo elementos que possam estimular a formulação de perguntas. O mediador deve ser capaz de estimular a formulação de perguntas, utilizando estratégias de envolvimento dos usuários durante a sua fala.

Vocês poderiam me dizer qual tipo de tecido é esse? Vocês o veem em outras roupas de mesma época?

A personalidade do usuário também irá contribuir para a sua iniciativa de formular e expor perguntas.

Não vou perguntar para não passar vergonha, ninguém perguntou ainda, não serei o primeiro.

Nesta dinâmica, se não houver formulação de perguntas, o mediador não saberá como negociar as informações que possui. Assim, não direcionará suas informações para necessidades em particular, irá apenas continuar a prestar informações padrões.

O diagnóstico é a etapa mais prejudicada neste cenário. Se não há retorno dos usuários por meio da participação ativa de troca de informações, o mediador apenas poderá supor, por comportamentos, que o usuário pode estar ou não satisfeito.

Instrumentos para consultar a satisfação do usuário com a mediação realizada podem auxiliar para analisar o sucesso o processo de mediação, no entanto, elementos como simpatia e empatia podem condicionar a resposta do usuário.

4.5.3 Considerações de aplicação em outros cenários

É evidente que os cinco cenários hipotéticos explorados acima não corresponderão aos eventos diários do cotidiano dos espaços museológicos, onde atos imprevistos acontecem. Cabe ao investigador, baseado nos resultados obtidos e anotações realizadas durante o processo, alertar aos mediadores e gestores museológicos sobre táticas que possam ser utilizadas para sanar a necessidade de informação do usuário.

Estas táticas e estratégias podem ser inseridas em futuros esquemas investigativos que prevejam as anormalidades como possibilidade de serem eventos, na verdade, normais à sua unidade de informação, mas não se apresentam em outras unidades, mesmo de perfil equivalente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como propósito investigar metodologias que podem ser utilizadas para identificar necessidades informacionais junto a usuários dos espaços museológicos. Do ponto de vista dos resultados obtidos, o mérito da pesquisa se caracteriza, fundamentalmente, pelos caminhos metodológicos da investigação que foram tecidos para levantar, selecionar, avaliar o potencial de adequabilidade das metodologias para estudo de necessidade de informação dos usuários dos espaços museológicos.

O levantamento revelou que no âmbito das produções científicas da Museologia, os estudos sobre o usuário do museu, em geral, não contemplam analisar o acesso e uso da informação pelo indivíduo. Tampouco, em analisar a produção e disseminação da informação e do conhecimento. Esses estudos primam pela investigação de questões gerenciais relacionadas ao perfil, preferências e opiniões dos usuários de museus.

A lacuna técnica que a Museologia apresenta no que concerne a investigação sobre estudos de usuários da informação, pôde ser suprida, conforme se apresenta de forma exaustiva no Capítulo 2 e por aproximações sucessivas, pelo domínio da Ciência da Informação, que fornece, sobre o assunto, estrutura técnica e epistemológica devidamente formulada e consistente, compreendendo: os conhecimentos básicos necessários para compreender o papel da informação no contexto social que é utilizada, sobre o Ciclo Social de produção, disseminação e uso pela comunidade e os atributos que qualificam como informação útil para uso.

Apresentada, no referido capítulo, a informação no contexto museológico, possibilitou definir o objeto do museu como fonte de informação, a “informação-como-coisa”, e apresentar o fluxo que esta informação percorre dentro do museu, nas suas diversas atividades existentes para gestão, produção, registro, disseminação (comunicação e mediação) e uso da informação.

No percurso do fluxo informacional, a mediação da informação assemelha-se à mediação museológica recorrente no museu. A mediação museológica é a via privilegiada de disseminação da informação, se igualando à expografia como recurso informativo, mas a superando pelos aspectos dinâmicos e interacionistas para troca de informação.

O mediador, intermediário do serviço de informação oferecido pelo museu, é o elemento chave para congrega os usuários em interesse ao conhecimento promovido pelo espaço

museológico. Ele é o sujeito da informação que consegue articular as informações museológicas aos interesses do usuário, criando uma interação dialógica virtuosa entre usuário e museu.

Assim, para proceder a harmonização das informações viabilizadas pelo museu aos interesses particulares, coletivos ou institucionais dos usuários, conforme já explicitado, é essencial ao mediador saber qual a informação o usuário necessita.

Para CI, a necessidade de informação do usuário é item imprescindível para o desenvolvimento, qualificação, aperfeiçoamento e gestão dos serviços de informação, inclusive para a criação do sistema ou unidade de informação. Nesse sentido, o mais importante a ser identificado é a ação de graduar – potencializando ou minimizando - a atuação de fatores existentes na relação do usuário com o conhecimento museológico que podem interferir no processo de obtenção da informação realmente necessária.

Definir e esclarecer nesses termos, auxilia ao mediador na disponibilização ao usuário da informação útil. A sua identificação, pode ser realizada antes, durante ou depois do uso do serviço de informação: antes ou depois do uso, através de Estudos de Usuários, ou durante, antes ou depois, por meio de investigação dirigida realizada pelo intermediário.

Identificar, portanto, remete a atitude de determinar o que é uma coisa, por meio de suas características e atributos. É algo que se restringe a responder ao “o que é” ou “qual é” a coisa. Trata-se, assim, de simplesmente ato indicativo.

À identificação, antecede a atividade investigativa. Investigar remete ao processo de averiguação sobre a coisa definida ou a ser definida. Se definida, será verificado se suas características e atributos condizem com o apresentado. Se não definida, serão analisados não só os atributos e características, mas também outros elementos como, significados, conceitos e contextos em que se insere a coisa, deixando o objeto da investigação mais preciso.

Em analogia à investigação sobre o entendimento humano realizada por Hume (2009) estudada por Bloise (2017) “o primeiro passo em toda investigação filosófica constitui-se pela definição dos termos usados”. Ou seja, o ato de identificar, de definir, está inserido no contexto de uma investigação para entender o todo, sendo apenas uma etapa dentre outras que se destina a entender as relações, contextos, situações e outros elementos de influência que permitem a existência ou observação de uma coisa.

Como apresentado na pesquisa, dificilmente o usuário tem determinada a necessidade de informação. Necessita-se então, investigar os elementos para determinar com precisão. No caso desta pesquisa, a investigação é para indicar qual é a necessidade de informação do usuário ou qual é a informação, única, que o usuário está necessitando²⁷.

Pelos dois primeiros capítulos compreendemos que a informação, para percorrer o ciclo de produção, disseminação e uso nas unidades de informação (LE COADIC, 1996) é dependente de contatos interdisciplinares, privilegiadamente entre a Museologia, Biblioteconomia e Arquivologia, mas também com outras áreas de conhecimento que podem se concentra na Ciência da Informação, como a Administração, a Informática e as Matemáticas.

As unidades de informação têm seus perfis distintos e definidos em atendimento às diretrizes e princípios criados pela área do saber na qual estão relacionadas. Essas diretrizes e princípios as orientam para o sucesso dos objetivos e metas que traçam para exercer sua função e missão social.

Concernente ao contexto de fluxo de informação em espaços museológicos, a Museologia dispõe de diretrizes que se concentram em cinco áreas de atuação: gestão, documentação, comunicação, pesquisa e ensino. Dentro dessas áreas, estão incorporadas atividades distintas que atendem às diferentes funções do museu.

Deste rol, uma das atividades que recebe maior visibilidade da comunidade museológica e do público do museu é a mediação. Vinculada à comunicação museológica, esta atividade é uma interação entre o usuário e um ser humano ou, alguma tecnologia de informação (TIC), que possibilite a troca de informações internamente, no ambiente museológico – normalmente nas salas de exposição e de educativo – e externamente, através de ações itinerantes.

A informação disseminada, denominada informação museológica, promove o conhecimento sobre temas específicos vinculados à missão social do museu e à sua comunidade criadora.

A informação museológica, ajuda a enquadrar o espaço museal dentre as diferentes tipologias de museus existentes. Entretanto, em comum, esses museus atendem a uma função social em comum que é a de serem

[...] instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação,

²⁷ Como Le Coadic afirma, a necessidade de informação é derivativa, assim, uma única informação contempla a uma necessidade, outra única informação contemplará uma outra necessidade que surge da anterior. As necessidades podem aparecer em simultâneo, porém, demandam uma só informação.

contemplanção e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. (BRASIL, 2009)

Em atendimento à premissa supra apresentada, os museus definem objetivos, metas e estratégias traçadas para viabilizar o acesso do usuário ao seu acervo. Torna-se importante, para que as unidades de informação exerçam sua tarefa de disseminador do saber, que as informações úteis estejam amplamente acessíveis.

A informação útil é aquela necessária para que o indivíduo desenvolva suas atividades cotidianas. O impedimento natural desse curso, abre as condições para que o indivíduo se torne consciente e se mobilize na busca por informações e conhecimentos que o permitam continuar suas tarefas.

Esta situação demonstra uma “falha” no conhecimento. Como debatido no Capítulo 3, na Ciência da Informação, essa falha e a manifestação comportamental do indivíduo em busca de informações indica que o indivíduo possui uma necessidade de informação.

À unidade de informação, se torna interessante contemplar previamente ou pontualmente a necessidade de informação do usuário para efetivar a disseminação da informação, isso potencializará a apreensão do conhecimento pelo usuário proporcionando uma maior chance de satisfação quando precisar recorrer ao conhecimento obtido.

A tarefa de identificar a necessidade de informação que o usuário possui pode ser delegada aos intermediários ou mediadores das unidades de informação. Estes que, por sua posição estratégica, interagem constantemente com o usuário e, por conseguinte, podem ser o elo mais curto e eficaz entre o indivíduo e o serviço de informação.

Isto posto, possuir mediadores e gestores preparados para elevar o grau de importância das necessidades de informação do usuário durante a interação em ambos, contribui para a efetiva transmissão da informação, ou seja, o serviço de informação seja eficaz. Um serviço eficaz irá identificar qual a necessidade informacional do usuário, mesmo que ele não a apresente claramente.

Um problema pode se apresentar em razão da tentativa de elaborar um serviço de informação eficaz, conforme descrito anteriormente: como capacitar esse serviço²⁸ para identificar a necessidade de informação do usuário?

²⁸ Considerar o mediador como parte do serviço e do sistema de informação.

Como já comentado, a Ciência da Informação dispõe de algumas metodologias que auxiliam às unidades de informação a promoverem a identificação da necessidade de informação dos usuários.

Essas metodologias são melhor esclarecidas no Capítulo 4, onde observa conscientiza-se que determinar a necessidade de informação pode não ser simples para o Investigador da Necessidade de Informação.

Por se tratar de um evento subjetivo, ou seja, de origem íntima – mesmo que represente um desejo coletivo – a existência da necessidade de informação (sua gênese e discernimento) esta sujeira a fatores que influenciam e condicionam o estado intelectual do usuário no momento da manifestação oral ou física da necessidade. Para não ser enganado por estes fatores o investigador precisa adotar uma metodologia para a identificar com eficácia. Precisa saber investigá-la.

Das quatro opções de metodologias disponibilizadas pela Ciência da Informação para investigação da necessidade de informação, a estruturada por Yves Le Coadic permite ao mediador do museu, por seu conhecimento do sistema e posição privilegiada entre o usuário e o serviço de informação, identificar a necessidade do usuário com precisão e facilidade. Em sua metodologia Le Coadic (1998) insere o mediador como o responsável pelo processo de investigação.

Esse autor propõe que o mediador, ao ser abordado pelo usuário em busca de uma informação, realize, em segredo, sistematicamente três etapas: de avaliação, interferência e ação. Assim, procura-se indicar a informação, ou conjunto de informações, que se qualifiquem como úteis ao interesse do usuário.

A primeira, estipula que o mediador verifique se, por meio da pergunta inicial do usuário, ele possui clara, a informação que realmente necessita. Efetivamente, isto é constatado pela compreensão do mediador à demanda do usuário, ou seja, se o mediador entendeu o que o usuário está buscando. Constatada a dificuldade de expressar sua necessidade, o mediador o ajuda a reformular sua pergunta, a contextualizando e agregando novos dados, até que a informação necessária esteja evidente.

Em complemento, a segunda etapa, de negociação de informações, o mediador procura saber quais os conhecimentos que o usuário já possui sobre o assunto, assim, o mediador irá direcionar ou selecionar o usuário para a informação que melhor responderá a sua demanda.

Por fim, para avaliação da efetividade da informação como útil, o mediador questiona, reflete e observa, com base na pergunta inicial, se a informação contemplou as necessidades do usuário, se o satisfaz consideravelmente, para que possa prosseguir o seu curso de tarefas do cotidiano.

O foco da metodologia nos elementos chaves de interação (intermediário-usuário), questionamento e diálogo, é o que simplifica a execução de suas etapas e adaptabilidade ao contexto museológico.

Para corroborar a premissa acima, é importante a realização de estudo de campo. Entretanto, a partir cenários hipotéticos, que refletem algumas das possíveis interações dialógicas entre o mediador e o usuário, é possível demonstrar a aplicabilidade metodológica no espaço museológico.

Os cinco cenários interacionistas propostos no Capítulo 4, demonstram o sucesso da investigação por meio da interação dialógica usuário-mediador no espaço museológico, como proposto por Yves Le Coadic. Pelo observado, essa metodologia tem potencial para ser utilizada pelos museus para identificação da necessidade de informação por meio dos mediadores, indicando seu potencial de usabilidade. É evidenciado, ademais, que a investigação das necessidades no contexto museológico não demanda a criação de uma metodologia própria, a existente pode ser adaptada.

Desfecho adicional da pesquisa, a apresentação das confluências entre informação, museu, mediação e necessidade de informação, ratifica as proximidades entre a CI e a Museologia. Foi salutar apresentar os Estudos de Usuários da Informação como uma ferramenta alternativa às disponíveis pela Museologia estudar seus usuários.

Para além, o estudo desenvolvido aponta para possibilidades de uso gerencial das unidades de informação, onde as proposições apontadas pelo investigador abrem oportunidades para que as atividades museológicas sejam desenvolvidas em consonância às principais necessidades de informação dos usuários, assim como, desenvolver estratégias de aproximação e convite aos não-usuário aumentando sua importância social e o número de usuários, justificando investimento.

Indo além, a necessidade de informação pode adentrar em outros ramos de atividades relacionados à cultura, à memória e demais campos afins aos museus, como a cultura criativa, que busca atender as carências e demandas sociais conforme as necessidades se apresentam, requerendo, para seu efetivo sucesso, a apresentação de soluções rápidas, pontuais e até mesmos especializadas.

Ainda, a necessidade identificada propicia a oportunidade de modifica, qualificar e otimizar os serviços de informação e os processos de difusão do conhecimento ao que se propõe divulgar.

Pelo assunto explanado, outros estudos podem progredir expandir a temática necessidade de informação em museus, como: investigação das necessidades de informação dos usuários de museus por meio de TICs; estabelecimentos de protocolos e políticas de satisfação das necessidades informativas dos usuários; estudos sobre necessidade de informação nas demais atividades do museu – como na documentação, gestão de acervos e no planejamento de exposições; estudos de revisão das políticas de informação, envolvendo a produção disseminação e uso da informação; investigação da necessidade de informação do usuário interno do museu e; investigação das relações entre necessidade de informação e TIC.

Ainda pode estimular pesquisas relacionadas ao fluxo da informação museológica e ao Ciclo da informação no museu, inserção das necessidades de informação nos diferentes recursos mediativos, estudos interdisciplinares sobre necessidade de informação entre a Museologia, CI e a educação, gestão ou economia.

Efetivamente, apesar das dificuldades de ordem epistemológicas apresentadas pela museologia – em não dispor de conhecimentos específicos voltados ao tema estudado - a pesquisa demonstra a importância de se ter evidenciada a necessidade de informação do usuário, principalmente nos museus.

Fica claro, ao final do trabalho, que ter esclarecida a necessidade de informação do usuário auxilia o mediador em seu trabalho de disseminação do conhecimento. Ao usuário, lhe garante o acesso e o recebimento da informação útil para o seu cotidiano e o desenvolvimento intelectual. Ao museu, reforça a sua função social de produtor e provedor de conhecimentos. À sociedade, a necessidade de informação individual e coletiva identificada e satisfeita promove o progresso coletivo

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Ana Cristina de. Tratamento temático da informação e a documentação museológica: aspectos e reflexões referentes a classificação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 16, 2015, João Pessoa – PB. **Anais eletrônicos...** João Pessoa, XVI ENANCIB, 2015, p. 1-22. Disponível em: <<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/view/2969>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

ALVES, Marcos Francisco. **Pesquisa e formação em museologia no Brasil: tendências nos cursos de graduação**. 1 ed. Curitiba : Appris, 2018

AMARAL, Sueli Angélica do. Estudo de usuário e marketing da informação. In: XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 2012, Rio de Janeiro. **Anais** Rio de Janeiro: ANCIB, 2012. v. 1. p. 1-20.

AMARAL, Sueli Angélica do; BRITO, Marcílio de. Estudo de usuários e necessidades de informação em projeto de pesquisa internacional: participação da Universidade de Brasília. In: **XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação**. V.17, 2016.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Ciência da Informação como campo integrador para as áreas de Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1, p. 173-189, 2010.

_____. Ciência da informação, biblioteconomia, arquivologia e Museologia : relações institucionais e teóricas. Encontros **Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 16, n. 31, 2011.

_____. Estudos de usuários da informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica. **Informação em Pauta**, v. 1, n. 1, p. 61-78, 2016. Disponível em:<<http://www.periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/download/2970/2694>>. Acesso em: 15 dez. 2017

_____. Museologia e Ciência da Informação: diálogos possíveis. **Revista Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 2, n. 4, p. 10-27, 2013.

_____. **O sujeito informacional no cruzamento da ciência da informação com as ciências humanas e sociais**. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, v.14, 2013a. Disponível

em:<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/repositorio/2015/12/pdf_1991929e61_0000013862.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2017

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila; DA CUNHA MARQUES, Angélica Alves; VANZ, Samile Andréa Souza. Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia integradas na Ciência da Informação: as experiências da UFMG, UnB e UFRGS. **PontodeAcesso**, v. 5, n. 1, p. 85-108, 2011.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A questão da informação. **São Paulo em perspectiva**, v. 8, n. 4, p. 3-8, 1994. Disponível em: <<http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/BARRETO%20A%20Questao%20da%20Informacao.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2018

_____. **Os Agregados de informação-Memórias, esquecimento e estoques de informação**. 2000. Disponível em:<<http://repositorio.ibict.br/bitstream/123456789/172/1/BarretoDataGramZero2000.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2018

BATISTA TRINDADE, Ana Lúcia; OLIVEIRA, Mírian. Atributos Para Avaliação da Qualidade da Informação em Sistemas de Gestão do Conhecimento. In: **I Encontro de Admintiração da Informação**. Florianópolis, 2007. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enadi318.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2018

BELKIN, Nicholas J. Anomalous states of knowledge as a basis for information retrieval. **Canadian journal of information science**, v. 5, n. 1, p. 133-143, 1980.

BETTIOL, Eugênia Maranhão. Necessidades de informação: uma revisão. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 18, n. 1, p. 59-69, 1990.

BEZERRA, Felipe. **Ciclo PDCA: Do conceito à aplicação**. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/08/ciclo-pdca-conceito-e-aplicacao.html>>. Acesso em: 31 jan. 2018

BLACK MUSEUM. Black Mirror [série NETFLIX]. Direção: Colm McCarthy. Inglaterra : Babieka, 2017, 69 min.

BLOISE, Bruna Frascolla. NATUREZA HUMANA E PREVISIBILIDADE. **PROMETEUS FILOSOFIA**, v. 10, n. 23, 2017. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/prometeus/article/viewFile/6588/5406>>. Acesso em: 05 jan. 2018

BORKO, H. Information Science: What is it?. **American Documentation**, v.19, n.1, p.3-5, Jan. 1968. (Tradução Livre). Disponível em:<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3433774/mod_resource/content/1/Oque%C3%A9A9CI.pdf>. Acesso em 29 jan. 2018

BOTTALLO, Marilúcia. Diretrizes em documentação museológica. ASSOCIAÇÃO CULTURAL DE AMIGOS DO MUSEU CASA DE PORTINARI. **Documentação e conservação de acervos museológicos: diretrizes**. Brodowski: Associação Cultural de Amigos do Museu Casa De Portinari, p. 48-79, 2010.

_____. Os museus tradicionais na sociedade contemporânea: uma revisão. **Rev. do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, 5: 283-287, 1995. Disponível em: <https://www.journals.usp.br/revmae/article/download/109242/107713>. Acesso em: 26 jan. 2018

BRASIL. **LEI Nº 11.904, DE 14 DE JANEIRO DE 2009**. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/11904.htm>. Acesso em 30 jan. 2018.

BRETAS, Alex. **3 Ds das conversas: Debate, Discussão e Diálogo**. Disponível em: <<https://medium.com/@alexbretas11/3-ds-das-conversas-debate-discuss%C3%A3o-e-di%C3%A1logo-6cdb7f782c36>>. Acesso em: 26 jan. 2018

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. Informações em museus: alguns argumentos e muitos desafios. **Seminário Serviços de Informação em Museus**, p. 169-175, 2015.

BUCKLAND, Michel K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v.45, n.5, p.351-360, 1991. Tradução livre de Luciane Artêncio.

BUFREM, Leilah Santiago. Configurações da pesquisa em ciência da informação. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 6, p. A04-1001, 2013. Disponível em:<<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/index.php/article/view/0000014107/92ccf7370fb919fea08db3aa552e8207>>. Acesso em: 26 jan. 2018

BURCH, Sally. **Sociedade da Informação/Sociedade do Conhecimento**. 2005. Disponível em: <<https://vecam.org/archives/article519.html>>. Acesso em: 25 jul. 2017

CABRAL, Magaly. SEMINÁRIO SOBRE MUSEUS-CASAS: COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO, 2., 1996, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1998. 200 p.

_____. SEMINÁRIO SOBRE MUSEUS-CASAS: CONSERVAÇÃO, 3., 1998, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1999. 148 p

CALVA GONZÁLEZ, Juan José. **Las necesidades de información: fundamentos teóricos y métodos.** México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2004. 272p. Disponível em:<132.248.242.6/~publica/conmutar1.php?arch=1&idx=162>. Acesso em: 06 mar. 2017

CÂNDIDO, Manuelina M. Duarte; MANUELINA, M. **Gestão de Museus. Diagnóstico museológico e planejamento: um desafio contemporâneo.** Porto Alegre: Mediatriz, 2013.

CÂNDIDO, Maria Inez. Documentação museológica. **Caderno de diretrizes museológicas**, v. 2, p. 33-92, 2006.

CAPURRO, Rafael. Epistemologia e ciência da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5, 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2003.

CAPURRO, Rafael.; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 148-207, 2007. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/6690>>. Acesso em: 04 Jul. 2017.

CARVALHO, Kátia de. Disseminação da informação, mediação humana e inteligência. Belo Horizonte, **ANCIB**, 2003. Disponível em <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/venancib/paper/viewFile/2096/1231>>. Acesso em 26 ago. 2017

CASTRO, Ana Lúcia Siaines de. Informação museológica: uma proposição teórica a partir da Ciência da Informação. PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro (Org.). **Ciência da Informação, Ciências Sociais e interdisciplinaridade.** Brasília, Rio de Janeiro: IBICT, 1999.

_____. O museu: do sagrado ao segredo: uma abordagem sobre informação museológica e comunicação. 1995. 144 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro / Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 1995.

CENTRO NACIONAL DE ESTUDOS E DOCUMENTAÇÃO EM MUSEOLOGIA. Boletim Bibliográfico. Disponível em: http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2016/02/Boletim_10_02_16.pdf. Acesso em: 14 abr. 2018

CERAVOLO, Suely Moraes; TÁLAMO, Maria de Fátima Gonçalves Moreira. Tratamento e organização de informações documentárias em museus. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, n. 10, p. 241-253, 2000.

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. Senac São Paulo, 2003.

CONSELHO FEDERAL DE MUSEOLOGIA. Guia Bibliográfico. Disponível em: <http://cofem.org.br/guia-bibliografico/>. Acesso em 11 jul. 2018

COSTA, Andréa; CASTRO, Fernanda, CHIOVATTO, Milene; SOARES, Ozias. Educação Museal In Instituto Brasileiro de Museus. **Caderno da Política Nacional de Educação Museal**. Brasília, DF: IBRAM, 2018. pp. 73-74

COUTO, Luiz Mário Marques. A Produção da Informação e o MEC. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 16, n. 1, 1988.

CUNHA, Murilo Bastos da; AMARAL, Sueli Angelica do; DANTAS, Edmundo Brandão. **Manual de estudo de usuários da informação**. São Paulo: Atlas, 2015.

CUNHA, Murilo Bastos. **Metodologias para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica**. Universidade de Brasília, p. 7, 1982. Disponível em http://www.academia.edu/download/30984118/CUNHA_1982.pdf. Acesso em: 24 abr. 2017

CURY, Marília Xavier. **Exposicao: concepção, montagem e avaliação**. Annablume, 2005.

PAIVA, Denise Werneck de. Perspectivas do agente da informação no contexto brasileiro. **Ciência da Informação**, v. 19, n. 1, 1990.

DERVIN, Brenda. **An overview of sense-making research: Concepts, methods, and results to date**. The Author, 1983.

DEVADASON, Francis Jawahar; PRATAP LINGAM, Pandala- **A Methodology for the Identification of Information Needs of Users**. Disponível em: <<https://archive.ifla.org/IV/ifla62/62-devf.htm>>. Acesso em: 03 jul. 2017.

DIAS, Maria Matilde Kronka; PIRES, Daniela. **Usos e usuários da informação**. São Carlos: EdUFSCar, 2004.

FADEL, Bárbara et al. Gestão, mediação e uso da informação. VALENTIM, M. org. **Gestão, mediação e uso da informação [online]**. São Paulo: Cultura Acadêmica, p. 13-31, 2010. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/j4gkh>>. Acesso em: 26 jun. 2018.

FERREZ, Helena Dodd. Documentação Museológica: Teoria para uma Boa Prática. In: **Estudos de Museologia. Caderno de Ensaios**, n.2. Rio de Janeiro: MINC/IPHAN, 1994, pp.65 -74.

_____. Documentação museológica: teoria para uma boa prática. FÓRUM NORDESTINO DE MUSEU, 4., Recife. **Trabalhos apresentados**. Recife: IBPC/Fundação Joaquim Nabuco, 1991. Disponível em: <<http://www.crnti.edu.uy/02cursos/ferrez.doc>>. Acesso em: 04 jul. 2017

FIGUEIREDO, Nice. Menezes de. **Estudos de uso e usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994.

FLECK, Amaro. Afinal de contas, o que é teoria crítica?[After all, what is critical theory?]. **Princípios: Revista de Filosofia (UFRN)**, v. 24, n. 44, p. 97-127, 2017.

GANDRA, Tatiane Krempser; DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal. Estudo de usuários na perspectiva fenomenológica: revisão de literatura e proposta de postura metodológica de pesquisa. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 22, n. 3, 2012. P. 13-23

GHISI, Júlia. **A influência dos cenários na experiência do usuário**. Disponível em:<<http://catarinadesign.com.br/a-influencia-dos-cenarios-na-experiencia-do-usuario/>>. Acesso em 15 jan 2018

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Caderno da Política Nacional de Educação Museal**. Brasília, DF: IBRAM, 2018. Disponível em: <<https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2018/06/Caderno-da-PNEM.pdf>>. Acesso em 13 jul. 2018

_____. **Resultado FVA 2014.** Disponível em <<http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2016/01/RESULTADOS-FVA-2014.pdf>>. Acesso em 19 jul.2017

_____. **Resultado FVA 2016.** Disponível em <<https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2017/10/RESULTADOS-FVA-2016-atualizado-em-30-10-2017-2.pdf>>. Acesso em 02 nov. 2017

_____. **Subsídios para a elaboração de planos museológicos. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, Ibram, 2016.** Disponível em: <<https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/Subs%C3%ADdios-para-a-elabora%C3%A7%C3%A3o-de-planos-museol%C3%B3gicos.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2017.

JOTTA, Carlos Augusto Ribeiro; BARBOSA, Cátia Rodrigues. Gestão da Informação, Museus de Ciência e Tecnologia: mediação científica em coleções musealizadas. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 10, n. 1, 2015.

LIMA, Diana Farjalla Correia. Ciência da informação, museologia e fertilização interdisciplinar: informação em arte, um novo campo do saber. 2003. 358 f. **Tese** (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro / Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2003.

LARA FILHO, Durval de. Museu, objeto e informação. **TransInformação**, 21 (2), p. 163-169, mai./ago., 2009, Campinas. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tinf/v21n2/06.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2017

LE COADIC, Yves François. **A Ciência da Informação.** Tradução de Maria Yêda F. S. de Filgueiras Gomes. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.

_____. **Le besoin d'information: formulation, négociation, diagnostic.** Paris : ADBS. (collection Sciences de l'information), 1998.

LEONEL, Priscila de Medeiros Pereira. **Um encontro com a mediação cultural: 40 Museus em 40 semanas.** 2017. Disponível em:<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/150744/leonel_pmp_me_ia.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2017

LOUREIRO, Maria Lucia de Niemeyer Matheus. Musealização e cultura material da Ciência & Tecnologia. **Museologia e Patrimônio**, v. 8, n. 2, p. 9-28, 2015.

MARANDINO, Martha. (Org.). **Educação em museus: a mediação em foco**. São Paulo, SP: Geenf / FEUSP, 2008. Disponível em: <<http://parquecientec.usp.br/wp-content/uploads/2014/03/MediacaoemFoco.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2018

MARQUES, Isabel da Costa. **O Museu como sistema de informação**. 2010. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/55282>>. Acesso em: 14 ago. 2017

MARTÍNEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. **Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos**. Ci. Inf, v. 36, n. 1, p. 118-127, 2007.

MARTINS, César et al. O uso da informação nos museus. **Biblos**, v. 30, n. 2, p. 52-63, 2017. Disponível em: <<https://www.seer.furg.br/biblos/article/viewFile/5606/4436>>. Acesso em 07 jan. 2018

MARTINS, Vera. Diálogo ou Discussão? Disponível em: <<http://www.assertiva.com.br/uncategorized/dialogo-ou-discussao/>>. Acesso em: 27 jan. 2018

MATOS, Sendy Santos; MELLO, Janaína Cardoso. VÉRITAS MOUSEION – ESTUDO ACERCA DA MUSEOGRAFIA. In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA DA ANPUH, 15, 2012, São Gonçalo. **Anais...** São Gonçalo : ANPUH-RIO, 2012. Disponível em: <http://www.encontro2012.rj.anpuh.org/resources/anais/15/1338428053_ARQUIVO_Artigo_ANPUH2012Sendy.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2018

MICHALSKI, Stefan. Conservação e preservação do acervo. In: UNESCO/ICOM. Como gerir um museu: manual prático. França: ICOM, 2004. Disponível em: . Acesso em: 27 jan. 2018.

NOBRE, Marcos. **A Teoria Crítica**. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, R.J., 2004.

O ÓLEO DE LORENZO. Direção: George Miller; Doug Mitchel. Produção: George Miller e Doug Mitchel. Estados Unidos: Universal Pictures Internacional B.V.: Microservice Tecnologia Digital da Amazônia, 1992. 1 DVD, 129 min

OLIVEIRA, Ana Cristina Audebert Ramos de; COSTA, Carlos Alberto Santos; NUNES, Gilson Antônio. Perfil dos cursos de graduação em museologia do Brasil. In: OLIVEIRA, Ana Paula de Paula Loures de; OLIVEIRA, Luciane, Monteiro (Org.). **Sendas da museologia**. Ouro Preto: UFOP, 2012.

OLIVEIRA, Ana Cristina Audebert Ramos de; COSTA, Carlos Alberto Santos; MENDONÇA, Elizabete de Castro; NUNES, Gilson Antônio. Proposta de diretrizes para um currículo referência de formação de graduação em Museologia - bacharelado. In: OLIVEIRA, Ana Paula de Paula Loures de; OLIVEIRA, Luciane, Monteiro (Org.). Sendas da museologia. Ouro Preto: UFOP, 2012a.

OLIVEIRA, Ana Karina Rocha de. **Museologia e ciência da informação: distinções e encontros entre áreas a partir da documentação de um conjunto de peças de “roupas brancas”**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

PADILHA, Renata Cardozo. **Documentação museológica e gestão de acervo**. Florianópolis: FCC, 2014. Disponível em: <http://www.fcc.sc.gov.br/patrimoniocultural/arquivosSGC/DOWN_175328Documentacao_Museologica_Gestao_Acervo.pdf>. Acesso em 15 jul. 2017

PAULA, Thais Regina Franciscon de. **A mediação em museus: um estudo do projeto Veja com as mãos**. 2012. 128 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília, 2012. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/93623>>.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Confluências interdisciplinares entre Ciência da Informação e Museologia. **Revista Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 1, n. 1, p. 07-31, 2012.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO/UNB. Linhas e Marco conceitual: Informações sobre a organização científico-acadêmica do PPGCINF. Disponível em: <<http://ppgcinf.blogspot.com/p/informacoes-sobre-organizacao.html>>. Acesso em 25 jun. 2018.

RABELLO, Rodrigo. Noções de sujeito em modelos teóricos na Ciência da Informação: do enfoque no sistema à consideração da agência em contexto. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 23, n. 3, 2013.

RODRIGUES, Bruno César; CRIPPA, Giulia. A recuperação da informação e o conceito de informação: o que é relevante em mediação cultural?. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 16, n. 1, p. 45-64, 2011.

SANTO, Silvia Maria Do Espirito; MURGUIA, Eduardo Ismael. Relações pendulares na mediação da informação: arquivo, biblioteca e museu. **Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência Da Informação**, v. 7, 2006.

SANTOS, Vania Carvalho Rôla. Gestão, informação e comunicação museológica: um estudo comparativo entre pequenos e médios museus brasileiros e franceses. 2011. **Tese** (Doutorado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2011.

SCHEINER, Tereza Cristina. Repensando o museu integral: do conceito às práticas. **Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Ciênc. hum.** [online]. 2012, vol.7, n.1, pp. 15-30. ISSN 1981-8122. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/bgoeldi/v7n1/a03v7n1.pdf>. Acesso em 26 jan. 2018

SILVA, Thais Virgínia Gomes da, RAMALHO, Francisca Arruda. USO DA INFORMAÇÃO EM MUSEUS: visitas ao Centro Cultural de São Francisco. **In Biblionline**, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 22-37, 2011. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/viewFile/4247/5803>>. Acesso em: 25 jul. 2017

SMIT, Johanna, W. O documento audiovisual ou a proximidade entre as 3 Marias. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 26, n. 1/2, p. 81 -85, 1993. TRICOT, A. La prise de conscience du besoin d'information: une compétence documentaire fantôme?, **Docs pour Docs**. 2004.

TRICOT, André. La prise de conscience du besoin d'information: une compétence documentaire fantôme. **Publié en ligne sur Docs pour Docs**, 2004. Disponível em: http://andre.tricot.pagesperso-orange.fr/Tricot_BesoinInformation.pdf>. Acesso: 25 Jul. 2017

ÚTIL. Dicionário Aurélio online. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com/util>>. Acesso em: 25 Jul. 2017

VAKKARI, Pertti. **Task complexity, problem structure and information actions: Integrating studies on information seeking and retrieval.** *Information processing & management*, v. 35, n. 6, p. 819-837, 1999.

VALENTE, Nelma T. Zubek; FUJINO, Asa. Atributos e dimensões de qualidade da informação nas Ciências Contábeis e na Ciência da Informação: um estudo comparativo. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 21, n. 2, p. 141-167, 2016.

VARINE-BOHAN, Hugues. Le musée moderne: conditions et problèmes d'une renovation. **Museum International (Edition Française)**, Unesco, v. XXVIII, n. 3, p. 127-140, 1976.

Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001272/127260fo.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2018

YASSUDA, Sílvia Nathaly. **Documentação museológica: uma reflexão sobre o tratamento descritivo do objeto no Museu Paulista**. 2009. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual Paulista

APÊNDICE 1

Crítérios de busca

A tabela acima foi gerada em busca pelos termos selecionado nas bases de dados de maior relevância para a CI – BRAPCI, ENANCIB; RIDI/IBICT e Oasis.br -; nas revistas eletrônicas e anais relacionados à Museologia²⁹ e outras importantes bases de revistas científicas de uso internacional – Scielo, Scopus e Web os Science (geral).

A estratégia de busca estabelecida centrou-se nos termos principais, digitada entre aspas, com o aditivo do caractere coringa “*” ao final de cada palavra. Para refinamento foi agregada à pesquisa a palavra presente na coluna TR. Como análise final houve a avaliação qualitativa dos itens retornados após refinamento, sendo critério de avaliação a contemplação do intermediário ou da interação deste com o usuário durante a ação mediativa da informação no museu.

Na coluna C1 são apresentados os resultados individuais de cada termo selecionado em conjunto com o seu antecessor. Na coluna C2, são apresentados os resultados finais obtidos pelo refinamento e na coluna C3, os resultados obtidos após avaliação qualitativa.

Os termos em inglês e espanhol serão utilizados apenas nas bases de dados Scielo, Scopus e Web of Science, sem alteração na flexão das palavras para o plural.

A sequência de busca pelos termos definidos fica assim definida:

- 1º Estudos de usuários
- 2º Necessidade de informação
- 3º Comportamento informacional
- 5º Museu (refinamento)
- 6º Mediação da informação em espaço museal por intermediário/mediador (qualificação)

Configuração dos termos para busca

("estudo de usuário" OR "estudos de usuários") ("necessidade de informação" OR "necessidades de informação") ("comportamento informacional" OR "comportamentos informacionais") (“museu” OR “museus”) (“mediação” OR “intermediação”)

("Estudio de usuario" OR "Estudios de usuarios") ("Necesidad de información") (“comportamiento informacional” OR “Comportamientos informativos”) (“museo” OR “museos”) ("Mediación" OR "intermediación")

²⁹ Não foram encontradas bases de dados que compreenda ou agrupem publicações em museologia. As bases de coleta de dados relacionados à museologia estão listadas na segunda página deste anexo.

("User Study" OR "users studies") ("Information need" OR "Information needs")
 ("informational behavior" OR "informational behaviors") ("museum" OR "museums")
 ("Mediation" OR "intermediation")

Listas de bases de consulta

Fontes selecionadas relacionadas à Museologia *:

Anais do Seminário Brasileiro de Museologia (SBM) - Link de acesso: <https://anaissebramus.wordpress.com/>

Publicações Institucionais do Museu de Astronomia (MAST) - Link de acesso: <http://www.mast.br/>

Revista Eletrônica Museologia e Patrimônio (RMP) - Link de acesso: <http://revistaMuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus>

Revista Eletrônica Museologia e Interdisciplinaridade (RMI) - Link de acesso: periodicos.unb.br/index.php/Museologia

Revista Eletrônica Ventilando Acervos (RVA) - Link de acesso: <http://ventilandocervos.museus.gov.br/>

Revista Musas (MUSAS). Link de acesso: <http://www.museus.gov.br/tipo-publicacao/revistas/>

Fontes selecionadas relacionadas à Ciência da Informação:

BRAPCI – Link de acesso: <http://www.brapci.ufpr.br/brapci/>;

ENANCIB – Link de acesso: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/index>;

RIDI/IBICT – Link de acesso: <http://repositorio.ibict.br/simple-search>;

Oasis.br – Link de acesso: <http://oasisbr.ibict.br/vufind/>

Fontes selecionadas relacionadas a ciências afins à Museologia e Ciência da Informação:

Web of Science (WoS) – Link de acesso: http://apps-webofknowledge.ez16.periodicos.capes.gov.br/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=1CegAJqTLnLHxD1gOe&preferencesSaved= (acesso via Portal .periodicos. CAPES)

Scielo – Link de acesso: <http://www.scielo.org/php/index.php>

Scopus - Link de acesso: <https://www-scopus-com.ez16.periodicos.capes.gov.br/>

Quadro auxiliar para anotação dos resultados encontrados nas Bases de Dados

Base	Estudo de usuário (T1)			Necessidade de informação (T2) T1+T2			Comportamento informacional (T3) (T1 + T2 + T3)			Refinamento (TR) (T1 + T2 + T3) + TR			Qualificação (TQ) (T1 + T2 + T3+TR)+TQ		
	P	I	E	P	I	E	P	I	E	P	I	E	P	I	E
Brapci	181	0	3	24	0	0	2	0	0	-	-	-	-	-	-
Enacib	11	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ridi/Ibict	113	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Oasis.br	607	130	17	110	18	1	26	1	0	8	0	0	-	-	-
Scielo	18	363	21	1	25	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-
Scopus	4	13589	1	1	502	0	1	3	0	-	-	-	-	-	-
WoS		4745	-	-	25	-	-	0	-	-	-			-	
SBM	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MAST	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
RMP	0	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMI	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RVA	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MUSAS	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Notas: P – Português; I – Inglês; E – Espanhol; T.R – Termo de refinamento; TQ – termo de qualificação; SBM - Anais do Seminário Brasileiro de Museologia; MAST - Publicações Institucionais do Museu de Astronomia; RMP - Revista Eletrônica Museologia e Patrimônio; RMI - Revista Eletrônica Museologia e Interdisciplinaridade; RVA - Revista Eletrônica Ventilando Acervos; MUSAS - Revista Musas. WoS - Web of Science
Fonte: autor (2018)