

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE ARQUIVOLOGIA**

**UM ESTUDO DE CASO EM COMPORTAMENTO INFORMACIONAL NA VIAÇÃO
OURO E PRATA**

LUCIMARA GOMES

Porto Alegre

2015

LUCIMARA GOMES

**UM ESTUDO DE CASO EM COMPORTAMENTO INFORMACIONAL NA VIAÇÃO
OURO E PRATA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para a obtenção do Título de
Bacharel em Arquivologia pela Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Moisés Rockembach

**Porto Alegre
2015**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Prof. Dra. Ana Maria Mielniczuk de Moura

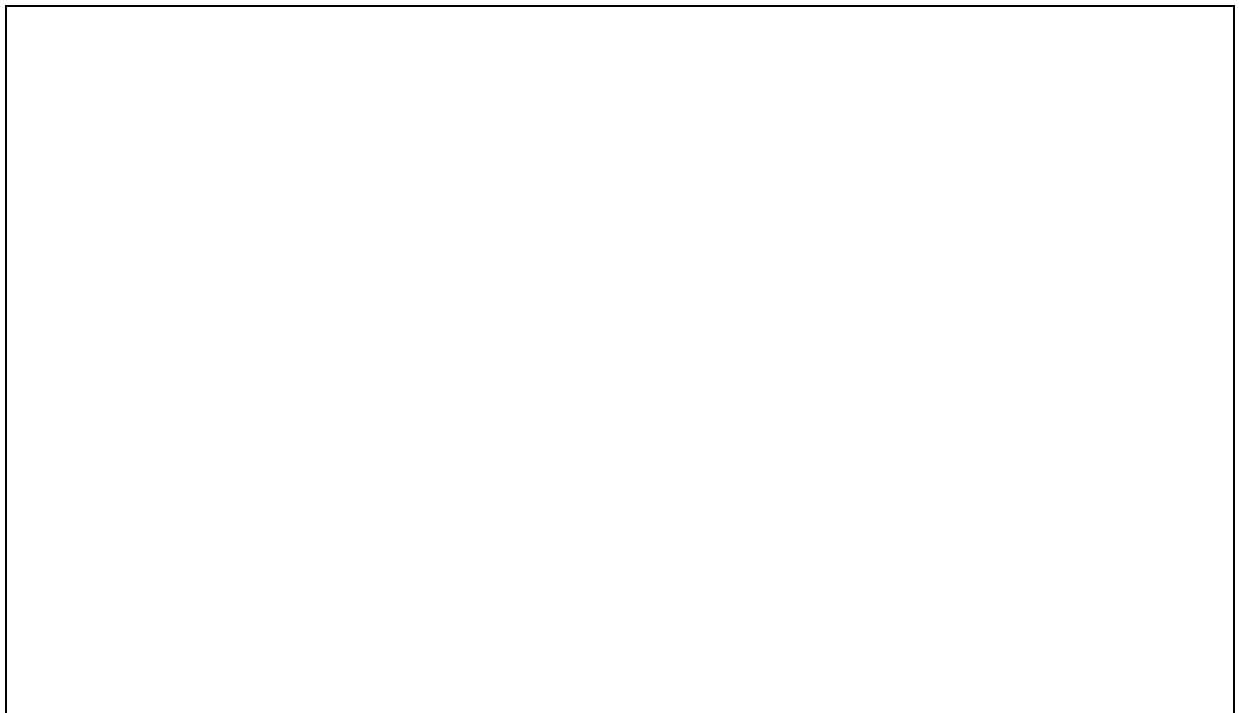
Vice-Diretora: Prof. Dr. André Iribure Rodrigues

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Chefe: Prof. Dr. Moisés Rockembach

Chefe Substituto: Prof. Dr. Valdir José Morigi

CIP



Lucimara Gomes

UM ESTUDO DE CASO DE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL NA VIAÇÃO OURO E PRATA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Arquivologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

BANCA EXAMINADORA:

Orientador: Prof. Dr. Moisés Rockembach
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof.^a Ma. Valéria Raquel Bertotti
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Bela. Luciana Simões Carosio
Centro de Integração Empresa-Escola-CIEE

Dedico essa monografia ao meu marido, Vinícius de Oliveira, pelo companheirismo e apoio em todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer especialmente meu marido, pelo apoio e incentivo, sem dúvida, se não fosse por ele eu não teria chegado até aqui.

Agradeço aos meus pais pelo amor, carinho e dedicação que sempre me motivaram a seguir em frente.

Agradeço ao meu professor, Moisés Rockembach, pelo tempo despendido em orientações para que este projeto tenha tomado forma.

RESUMO

Os estudos de comportamento informacional permitem identificar a conduta dos indivíduos, como procedem, como buscam, e para que fim utilizam a informação. Considerando o exposto, qual seria o Comportamento Informacional dos colaboradores da Viação Ouro e Prata? O objetivo geral da pesquisa é identificar o comportamento informacional destes, mais precisamente as equipes administrativas da matriz de Porto Alegre. Outros objetivos propostos consideram identificar o perfil dos colaboradores, verificar quais fontes que são mais utilizadas e analisar o comportamento informacional. Como metodologia foi utilizado o estudo de caso com abordagem qualitativa e como instrumento de coleta de dados foi aplicado um questionário. Concluiu-se que as instituições devem conhecer o comportamento informacional de seus funcionários para otimizar os processos informacionais internos.

PALAVRAS-CHAVE: Comportamento informacional, Necessidade informacional, Ciência da Informação, Arquivologia, Viação Ouro e Prata.

ABSTRACT

The informational behavior studies allows to identify the conduct of users, how they proceed, search and for what purpose they use the information. Considering the above, what would be the employees of Viação Ouro e Prata Informational behavior? The purpose of this research is to identify the informational behavior of those employees, specifically the management teams of Porto Alegre's main office. Other purposed objectives consider identifying employees' profile, checking which sources are most used and analyzing the informational behavior. The methodology used the case study with a qualitative boarding, and a questionnaire used with instrument of data collection. It is concluded that institutions should know the informational behavior of its employees to optimize the internal informational processes.

KEYWORDS: Information behavior, Information needs, Information science, Archive science, Viação Ouro e Prata

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| <i>Figura 1 - Imagem aérea da Empresa Viação Ouro e Prata.</i> | 13 |
| <i>Figura 2 – Imagem do Arquivo Central.</i> | 15 |
| <i>Figura 3 – Imagem do Arquivo Central.</i> | 16 |
| <i>Figura 4 - Modelo de comportamento informacional de Wilson.</i> | 23 |
| <i>Figura 5 - Modelo Sense-Making.</i> | 24 |
| <i>Figura 6 - Metáfora do modelo sense-making.</i> | 25 |
| <i>Figura 7 - Modelo de Comportamento Informacional de Ellis.</i> | 26 |
| <i>Figura 8: Modelo ISP (Information Search Process).</i> | 28 |
| <i>Figura 9 - Modelo revisado de Comportamento informacional de Wilson.</i> | 29 |
| <i>Gráfico 1: Idade.</i> | 37 |
| <i>Gráfico 2: Escolaridade.</i> | 37 |
| <i>Gráfico 3: Tempo de empresa.</i> | 38 |
| <i>Gráfico 4: Departamento.</i> | 39 |
| <i>Gráfico 5: Acesso ao arquivo setorial no mês.</i> | 40 |
| <i>Gráfico 6: Acesso ao arquivo Central no mês</i> | 40 |
| <i>Gráfico 7: Fontes mais utilizadas.</i> | 41 |
| <i>Gráfico 8: Treinamentos para os sistemas informacionais da empresa.</i> | 42 |
| <i>Gráfico 9: Dificuldade em localizar informações.</i> | 43 |
| <i>Quadro 1: Etapas da busca por informação.</i> | 43 |
| <i>Quadro 2: Categorização das respostas sobre motivação.</i> | 46 |
| <i>Quadro 3: Categorização das respostas sobre abandono de busca.</i> | 49 |
| <i>Gráfico 10: Fontes consideradas mais confiáveis.</i> | 50 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA | 10 |
| 2 CONTEXTO DA INSTITUIÇÃO..... | 12 |
| 3 REVISÃO DE LITERATURA | 17 |
| 3.1 NECESSIDADE INFORMACIONAL | 18 |
| 3.2 MODELOS DE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL | 22 |
| 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 33 |
| 4.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA | 33 |
| 4.2 OBJETIVO GERAL..... | 33 |
| 4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 33 |
| 4.4 METODOLOGIA DA PESQUISA..... | 34 |
| 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS | 36 |
| 5.1 CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES | 36 |
| 5.2 USOS DAS FONTES DE INFORMAÇÃO..... | 39 |
| 5.3 PROCESSO DE BUSCA POR INFORMAÇÃO..... | 43 |
| 5.4 MOTIVADOR DE BUSCA | 44 |
| 5.5 CONFIABILIDADE DAS FONTES | 49 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 51 |
| REFERÊNCIAS | 53 |
| APÊNDICE I TERMO DE AUTORIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO..... | 57 |
| APÊNDICE II - QUESTIONÁRIO..... | 58 |
| ANEXO A - ORGANOGRAMA DA EMPRESA..... | 61 |

1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

O comportamento informacional está associado à gestão da informação, assim como, a produção e organização da informação, todas são áreas que compõem o estudo da Ciência da Informação (CI), a qual se ramifica entre a Biblioteconomia e Arquivologia (PINTO, 2009).

Em uma visão integradora defendida por Silva (2009) a produção da informação esta diretamente ligada com a informação orgânica e a Arquivologia é um ramo aplicado da CI que incide sobre a produção, organização, fluxo, recuperação e uso, armazenamento e preservação da informação de diferentes tipos produzida e recebida por organizações públicas e privadas.

Baseando-se nesta visão integrada, o trabalho desenvolvido pelo arquivista dentro de uma empresa, pode englobar a gestão da informação e dentro dessa ótica o arquivista pode valer-se da análise do comportamento Informacional, objeto desta pesquisa, para identificar a conduta das pessoas quando necessitam, buscam e usam a informação.

O estudo demonstra quais as formas e ferramentas são utilizadas pelo indivíduo para realizar a busca e suprir sua necessidade de informação. Podemos ressaltar que o estudo do comportamento informacional tem o objetivo de investigar como uma pessoa percebe a necessidade de informação, quais ferramentas utiliza para realizar sua busca e solucionar sua problemática. (SANTOS; BARTALO, 2014).

Podemos definir também, comportamento informacional, como o termo usado para descrever as formas que os indivíduos interagem com a informação, como eles buscam e usam a informação (BATES, 2010).

Conhecer a postura do usuário quando percebe a necessidade de informação pode ser de grande valia para planejar, concentrar e criar um fluxo de informação mais adequado para o uso.

O trabalho a seguir tem o intuito de estudar Comportamento Informacional, dando ênfase ao modelo comportamental de Wilson (1996 *apud* GARCIA, 2007). O contexto será as atividades de trabalho dos colaboradores administrativos da Viação Ouro e Prata, uma empresa de transporte rodoviário que está a mais de 75 anos no mercado e fica localizada na cidade de Porto Alegre.

Compreender o comportamento das pessoas quando buscam informação é um diferencial para qualquer instituição que queira aperfeiçoar o processo informacional interno, pois poderão adotar sistemas de informação que agilizem a comunicação entre seus funcionários, para que a informação, ferramenta indispensável na tomada de decisão, seja clara, precisa e ágil.

A informação sob a ótica corporativa é peça fundamental na tomada de decisão, ela é um componente essencial em quase tudo que a organização faz (CHOO, 2006).

Através do estudo do Comportamento Informacional, empresas poderão investigar como seus profissionais obtêm a informação, quais fontes consideram confiáveis para a realização de suas atividades, de onde as obtêm, se de fontes formais, como manuais e bancos de dados, ou informais, através de colegas e superiores.

Para o profissional de uma instituição Arquivística, a análise do comportamento informacional é parte de um bom plano de difusão, pois estreita a relação entre usuário e acervo (ROCKEMBACH, 2015).

Frente ao exposto, o presente trabalho tem como objetivo identificar o comportamento informacional dos colaboradores da empresa Viação Ouro e Prata. Primeiramente é apresentado o histórico da Instituição, sua origem, tempo de mercado, estrutura, organograma, missão e valores.

A fundamentação teórica acerca do Comportamento Informacional foi levantada principalmente através da leitura de publicações na área da Ciência da Informação e da Arquivologia. O método utilizado foi o estudo de caso, onde é apresentado no capítulo 5, como instrumento de coleta de dados foi feita a aplicação de um questionário, o qual é apresentado no apêndice II.

2 CONTEXTO DA INSTITUIÇÃO

A Viação Ouro e Prata está no mercado a mais de 75 anos, iniciou suas atividades na cidade de Crissiumal em 1939, pelos irmãos Sr. Willy Fleck e Raimundo Fleck, começaram com um caminhão de passageiros e dois caminhões de carga, todos da marca Ford, posteriormente a empresa adquiriu um ônibus fechado, primeiro na Região, e sua frota aumentou para um ônibus e três caminhões. Como as estradas na época eram ruins e de difícil acesso, carregavam-se pedras nos próprios caminhões para cobrir os buracos das estradas e muitas vezes era necessário que um caminhão puxasse outro para sair dos lodos que atolavam os caminhões¹.

A empresa passou pela dificuldade do combustível, que assolou o país durante a 2ª Guerra Mundial, substituindo o combustível usual, gasolina, pelo gasogênio, customizando um caminhão Ford 1942. Em 28 de dezembro de 1944 abriu uma oficina na cidade de Três Passos, onde vendiam peças mecânicas, gasolina, óleos e pneus. Nesta época decidiu mudar sua nomenclatura de “Empresa Crissiumal” para “Pioneira” e somente em 09 de agosto de 1948 foi fundada a Viação Ouro e Prata S.A, a qual nos primeiros dez anos se destacou como a maior revendedora autorizada da Ford do Brasil.

Com o transporte de passageiros, a empresa trabalhou com linhas de ônibus que conectavam quase todas as cidades do Alto Uruguai com Ijuí, Santo Ângelo e Santa Rosa, Santana do Livramento e Porto Alegre. A cada ano a empresa aumentava sua concessão de linhas, transportando passageiros entre Ijuí, Santa Rosa, Frederico Westphalen e Porto Alegre.

Com o crescimento e a falta de espaço para estacionar todos os ônibus da frota, a empresa mudou-se Porto Alegre, no endereço Frederico Mentz, 1419, bairro Navegantes, onde se encontra instalada até hoje, umas das razões da escolha deste endereço é a proximidade com a rodoviária, o que facilita o percurso de serviço. Neste endereço, com aproximadamente 21.000m², ficam os escritórios administrativos, neles estão centralizadas todas as informações e controles de todas as empresas do Grupo. Os departamentos são divididos em Diretoria, Contas a

¹ Viação Ouro e Prata [site institucional]. Disponível em: www.viacaoouroeprata.com.

receber, Contabilidade, Jurídico, Tecnologia da Informação, Tráfego, Planejamento, SAC, Marketing, Financeiro, Arquivo e Segurança do Trabalho.

A área operacional está dividida entre as filiais do interior do RS e em outros estados do país, essa área é formada pelos setores de Controle, Manutenção, Preventiva, Corretiva, Oficina Mecânica, Almoxarifado, Compras, área de Lavagem e Limpeza. Podemos observar a disposição do pátio da empresa na imagem abaixo (Figura 1).

Com a expansão dos serviços foi necessário ampliar o espaço dos escritórios e em 2014 a empresa locou uma área externa, em frente ao número 1419, onde foram instalados os setores de Recursos Humanos, Recrutamento e Seleção e Salas de Treinamento.



Figura1 - Imagem aérea da Empresa Viação Ouro e Prata.
Fonte: Arquivo Viação Ouro e Prata, 2015.

No Rio Grande do Sul o transporte coletivo de passageiros é regularizado pelo Departamento Autônomo de Estradas e Rodagem (DAER), que além de conservar estradas, coordena o transporte intermunicipal de passageiros. A agência nacional de transportes terrestres (ANTT), por sua vez, controla o transporte rodoviário no país, e ambas estabelecem regras e normas para quem trabalha com transporte. As linhas são concessões públicas fornecidas pelo Governo através de licitações.

A Viação Ouro e Prata é uma empresa de médio porte, privada, com capital nacional fechado. Tem seu negócio voltado para o transporte coletivo de passageiros de longo curso, ou seja, distâncias superiores a 200 km, entre as cidades dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Pará, e também em cidades da Argentina e Uruguai. O Grupo Ouro e Prata S.A. é formado por sete empresas, sendo elas nos ramos de transporte hidroviário, rodoviário, encomendas expressas, turismo, embarcações, alimentação e grife.

Seu foco principal está no transporte de passageiros dentro do estado gaúcho, correspondendo a cerca de 80% do seu faturamento e o restante ficando para os demais estados citados.

A empresa busca inovar sempre, na área de tecnologia ganhou recentemente o prêmio “As 100+ Inovadoras no uso da TI 2015”, da revista *IT mídia*, ficando em 19º lugar. Atualmente utiliza o software de gestão Globus, o qual faz a gestão do estoque, processamento de notas, contas a pagar, recursos humanos, treinamento, cargas, etc. Existem outros sistemas para atividades que o Globus não contempla, como a emissão de passagem intermunicipal, interestadual, ponto dos motoristas, etc.

Recentemente a empresa investiu em um sistema de compartilhamento de informações e gerenciamento de documentos, o *SharePoint*, o qual é a plataforma utilizada na intranet da empresa. Semanalmente são analisados os logs de acesso para verificar a utilização da ferramenta, a qual tem uma crescente aceitação por parte dos colaboradores. O Marketing, juntamente com a TI e RH buscam incentivar o uso do software, com o intuito de unificar o canal informativo da empresa.

Hoje a intranet é utilizada para notícias do grupo, agenda de atividades, aniversariantes, ramais internos, páginas institucionais, sorteios, indicadores setoriais e parte da documentação. Futuramente pretende-se disponibilizar contracheques, acompanhamento do ponto e, principalmente, a documentação da rede interna da empresa.

Esta ferramenta, *SharePoint*, permite controlar os acessos à informação e criar taxonomias para cada arquivo, facilitando a indexação e busca da informação.

A empresa possui vários arquivos setoriais e um central, administrado pela empresa Control, a qual faz a gestão documental e armazena o arquivo permanente. O arquivo central possui duas locações, uma fica próxima a manutenção (Figuras 2 e 3) no final do pátio da empresa, e o outro ocupa um amplo espaço do DC Navegantes.



Figura 2 – Imagem do Arquivo Central.
Fonte: Arquivo Viação Ouro e Prata, 2015.



Figura 3 – Imagem do Arquivo Central.
Fonte: Arquivo Viação Ouro e Prata, 2015.

Recentemente a empresa passou por uma reforma em seu planejamento estratégico. Com isso, foram criados novos conceitos de Missão, Visão e Valores:

Tem como missão proporcionar o melhor serviço de transporte, a visão de ser o grupo de transporte referência em qualidade e rentabilidade no Brasil e seus valores são segurança na operação, encantar os clientes, foco nos resultados, valorização das pessoas, melhoria contínua e responsabilidade social e ambiental (Viação...).²

O organograma (ANEXO A) apresenta a estrutura atual da organização destacada pela Presidência, duas diretorias imediatas e demais departamentos.

² Viação Ouro e Prata [site institucional]. Disponível em: www.viacaooouroprata.com.

3 REVISÃO DE LITERATURA

O comportamento informacional está intimamente ligado ao estudo de usuário, o qual é focado principalmente em conhecer quais informações os usuários precisam e também, avaliar o atendimento que bibliotecas e centros de informação oferecem (SANTOS; BARTALO, 2014).

Os primeiros estudos incidem no ano de 1948, na Conferência de Informação Científica da Sociedade Real no Reino Unido (GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 41). Inicialmente essas pesquisas não contemplavam o comportamento cognitivo do indivíduo, eram estudos de usuários, voltados para conhecer a necessidade de informação do pesquisador de uma biblioteca ou centro de pesquisa.

Estudo de usuários são investigações que se fazem para saber o que os indivíduos precisam em matéria de informação, ou então, para saber se as necessidades de informação por parte dos usuários de uma biblioteca ou de um centro de informação estão sendo feitas de maneira adequada (FIGUEIREDO, 1994. p. 7).

A conferência de 1948 foi um marco para as pesquisas seguintes, pois nela foi discutida a importância dos estudos de usuários e suas necessidades, sendo que “[...] os primeiros estudos foram em sua maioria patrocinados por associações profissionais, que precisavam elaborar seus programas para responder à explosão de informações científicas e novas tecnologias” (CHOO, 2006, p. 67).

Os grandes centros informacionais, como bibliotecas e laboratórios, também tiveram bastante interesse nas pesquisas da época, pois tentavam identificar a necessidade de seus usuários, para adequarem seus acervos e suprir a demandas. “Até então, adotava-se uma atitude passiva, aguardava-se que os usuários aparecessem e soubessem como fazer uso da informação disponível” (FIGUEIREDO, 1994, p. 7).

Esse primeiro enfoque buscava identificar quais eram as informações que buscavam determinados grupos de usuários e com que frequência, mas sempre voltados para o sistema de recuperação da informação. Voltavam-se apenas para o sistema informacional, como menciona Choo (2006):

A orientação para o sistema vê a informação como uma entidade externa, objetiva, que tem uma realidade própria, baseada no conteúdo, independentemente dos usuários ou dos sistemas sociais. A informação existe a priori, e é tarefa do usuário localizá-la e extraí-la. (CHOO, 2006, p. 68).

Com a evolução do tema e as crescentes pesquisas, foi observado que o estudo de usuários se mostrava ineficiente para transpor a real necessidade de quem buscava informação, foi surgindo um novo paradigma focado no indivíduo.

O paradigma tradicional caracterizava a informação com algo objetivo, dotado de sentido em si, e a abordagem alternativa buscava ver a informação da perspectiva de quem a usa, o usuário. (ARAUJO, 2010, p. 24).

Esse novo paradigma elencava que o indivíduo não é um ser previsível, mas complexo e dotado de percepção. É nesse aspecto psicológico que se encontra a principal diferença entre os paradigmas, conforme definição de Gasque e Costa (2010):

Observa-se, assim, que a principal diferença entre as abordagens adotadas no paradigma tradicional e no paradigma emergente está vinculada aos aspectos psicológicos, em que se identifica a primeira como behaviorista e a segunda como cognitivista. (GASQUE; COSTA, 2010. p. 27)

Então, a partir da década de 80, emerge uma vertente interessada em identificar a necessidade individual do usuário, independentemente do sistema de busca que ele utiliza. Esse enfoque valoriza o contexto que leva aquele indivíduo a buscar informação, levando em consideração suas características emotivas e cognitivas, que estão diretamente ligadas com o processo de busca.

3.1 NECESSIDADE INFORMACIONAL

Identificar as necessidades humanas foi pauta para estudos em várias áreas, principalmente na Psicologia, Maslow (1962) já identificava em sua pirâmide de necessidades humanas vários níveis hierárquicos, sendo elas fisiológicas,

segurança, afiliação, auto-estima e auto-realização. Necessidades, segundo ele, são privações de certas satisfações (MASLOW, 1962).

Posteriormente foi observado que a necessidade humana é bastante abrangente e neste universo de necessidades, quando analisado os níveis mais altos, encontramos a necessidade de informação, a qual é recorrente devido à interatividade do homem (CALVA GONZÁLES, 2009).

Tom Wilson (1981), professor e pesquisador da área da informação, definiu a necessidade de informação como algo subjetivo, que ocorre na mente do indivíduo e não pode ser acessível a outra, exceto por enunciação ou comportamento de quem a detém (WILSON, 1981, *apud* MARTINEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007).

A necessidade de Informação ocorre quando o indivíduo percebe que precisa solucionar um problema, ou possui alguma dúvida, que muitas vezes está relacionado com as atividades de trabalho. Cabe salientar que essas necessidades não são constantes e existem vários fatores que às influenciam, principalmente os demográficos, como idade, profissão, instrução, entre outros (MARTÍNEZ-SILVERIA; ODDONE, 2007).

Outros grandes autores contribuíram com a realização de pesquisas e criaram conceitos próprios para definir o que seria necessidade de informação. Conforme afirma González-Teruel (2005):

[...] desde una perspectiva cognitiva, como un estado psicológico, una situación problemática, un estado anômalo de conocimiento, un estado de busca por algum significado, e por último um momento de incerteza (GONZÁLEZ-TERUEL, 2005, p. 71, *tradução nossa*).³

Dentre esses autores podemos citar Belkin (1980 *apud* Gonzáles-Teruel, 2005), o qual contribuiu com sua teoria do estado anômalo de conhecimento. Ele conclui que o indivíduo possui certo nível de conhecimento e a necessidade de informação ocorre quando o ser humano percebe uma deficiência, uma anomalia, neste estado de conhecimento. “Este reconhecimento ocorre, porque o indivíduo

³ [...] desde una perspectiva cognitiva, como un estado psicológico, como una situación problemática, como un estado anômalo de conocimiento, como una situación em la que há desaparecido el sentido o significado, por último, como um momento de incertidumbre (GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 71).

considera que algum aspecto do seu estado de conhecimento está inadequado” (BELKIN, 1980 apud GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 72, *tradução nossa*).⁴

Outro autor que teve grande contribuição para as pesquisas da área foi Carol Collie Khulthau (1991), pesquisadora do comportamento de jovens e adolescentes, ela atribuiu sentimento à necessidade de informação. Definiu que a necessidade de informação é um estado de incerteza que causa ansiedade e falta de confiança (KUHLETHAU, 1991 *apud* GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 72, *tradução nossa*).⁵

Importante destacarmos também o professor Chun Wei Choo, pesquisador da Informação que volta seu trabalho para a organização do conhecimento. Ele destaca que “As necessidades de informação variam de acordo com a profissão ou o grupo social do usuário, suas origens demográficas e os requisitos específicos da tarefa que ele está realizando” (CHOO, 2011, p. 79).

Percebendo a necessidade por informação o indivíduo pode ou não suprir essa falha, dando continuidade na busca por informação ou ignorando essa necessidade.

Depois que se tem real consciência da necessidade de informação, a pode decidir se aceita ou desconsidera o problema, para assim dar continuidade no processo de busca, tudo isso levando em conta como julga a importância e seu conhecimento sobre o tema a ser pesquisado, compreende que a necessidade de informação com o tempo pode ser modificada, dependendo do conhecimento adquirido (CHOO, 2011 *apud* SANTOS; BARTALO, 2014, p. 4).

Entramos em outra esfera do comportamento informacional, que é a busca e o uso da informação, assim como as fontes e os canais utilizados.

O comportamento de busca da informação se inicia e se desenvolve com base no momento em que o indivíduo sente a necessidade de informação. Portanto, a busca informacional é o processo do qual se tem que ter em mente aquilo que deseja procurar, com a problemática formulada (SANTOS; BARTALO, 2014, p. 5).

⁴ [...] una necesidad de información surge del reconocimiento de una anomalía por parte de un individuo em su estado de conocimiento (GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 72).

⁵ [...] la necesidad de información con un estado de incertidumbre que comúnmente causa ansiedad y falta de confianza (GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 72).

Quando o indivíduo percebe seu estado anômalo de conhecimento, ele pode ou não querer modificar essa situação. “Consiste na tentativa intencional de encontrar informação como consequência da necessidade de satisfazer um objetivo” (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 121).

O uso da informação pode ser para fins de conhecimento, curiosidade ou para fins práticos, como a elaboração de trabalhos e o uso será determinado de acordo com a intenção do usuário.

O usuário deve dar um uso específico de informação para satisfazer as suas necessidades, se apenas para adquirir o conhecimento que está faltando em algum objeto, evento ou fenômeno, ou para o uso de uma forma prática: para preparar uma conferência, design apoio equipamentos ou instrumentos, preparar uma classe para resolver um problema pessoal com a família ou amigos, etc. (CALVA GONZÁLES, 2009, p. 24, *tradução nossa*).⁶

Para buscar informações e satisfazer suas necessidades os indivíduos procuram fontes que julgam confiáveis. As fontes podem ser divididas em formais e informais e correspondem aos ambientes onde são procuradas e recuperadas as informações. Fontes informais são colegas, amigos e todo o tipo de troca pessoal de informação. Fontes formais são livros, artigos, repositórios digitais, periódicos, etc. “As fontes assumem diversos formatos e podem ser acessadas por diferentes canais, tanto os formais quanto os informais” (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE 2007, p. 121).

As fontes, portanto, são os locais onde os usuários buscam a informação, e variam conforme a característica do usuário e da informação buscada. São elementos importantes e que impactam na para análise do comportamento informacional.

⁶ El usuario deberá dar le un uso específico a la información para satisfacer sus necesidades, yaseasólo para adquirir el conocimiento que le hace falta sobre algún objeto, hecho o fenómeno, o bien para utilizar lo de forma práctica: elaborar una conferencia, apoyareldiseño de equipo o instrumentos, preparar una clase, solventarun problema personal com su familia o amistades, etcétera (CALVA GONZÁLES, 2009, p. 24).

3.2 MODELOS DE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL

O comportamento informacional é todo o conjunto de ações que uma pessoa realiza quando busca informação, desde a percepção da falta de informação até o uso ou descarte. Segundo Wilson (2000):

[...] é todo o comportamento humano em relação às fontes e canais de informação, incluindo a informação ativa e passiva, busca e uso da informação. Inclui a comunicação face a face com os outros, bem como a recepção passiva de informações como, por exemplo, assistir comerciais na TV sem prestar atenção às informações dadas (WILSON, 2000, p. 49, *tradução nossa*).⁷

Em uma definição da área da Ciência da informação, modelos são representações simplificadas, que permitem perceber características essenciais de determinada área do conhecimento (FURTADO; ALCARÁ, 2015).

Modelos de comportamento informacional são diagramas que estruturam a percepção da falta de informação e demonstram possíveis variáveis de busca. “Um modelo pode ser descrito como uma estrutura para pensar sobre um problema e pode evoluir para uma declaração sobre as relações entre proposições teóricas” (WILSON, 1999, *tradução nossa*).⁸

Destacando os principais diagramas oriundos de estudos sobre o comportamento informacional, podemos citar o modelo (FIGURA 4) proposto por Wilson (1981). Para a construção deste diagrama ele considerou as necessidades fisiológicas, cognitivas e afetivas dos indivíduos (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007).

Nesse modelo, Wilson (1999) sugere que o comportamento de busca por informação surge como consequência de uma necessidade percebida pelo usuário, e que para satisfazer essa necessidade ele busca fontes de informação, que podem

⁷Information Behavior is the totality of human behavior in relation to sources and channels of information, including both active and passive information seeking, and information use. Thus, it includes face-to-face communication with others, as well as the passive reception of information as in, for example, watching TV advertisements, without any intention to act on the information given. (WILSON, 2000, p. 49).

⁸A model may be described as a framework for thinking about a problem and may evolve into a statement of the relationships among theoretical propositions. (WILSON, 1999).

ser formais ou informais, essa busca resulta em sucesso ou fracasso, depende da relevância das informações (WILSON, 1999, *tradução nossa*).⁹

Modelo de comportamento informacional de Wilson

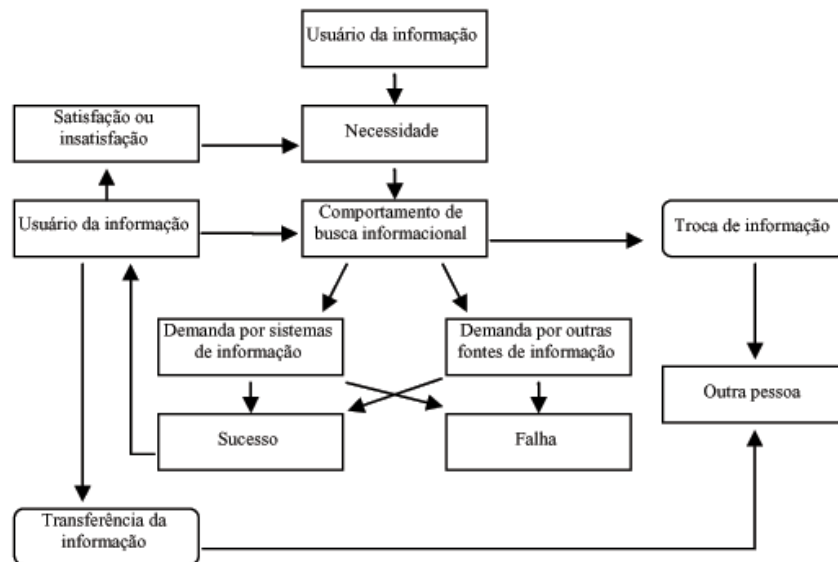


Figura 4 - Modelo de comportamento informacional de Wilson.
Fonte: MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 123.

Em 1983 Brenda Dervin apresentou a teoria do *sense-making*, que propõe avaliar como os usuários percebem, compreendem, interagem e usam a informação, utilizando uma abordagem de “construção do sentido”.

Conjunto de premissas conceituais e teóricas para analisar como pessoas constroem sentido nos seus mundos e como elas usam a informação e outros recursos neste processo. Procura lacunas cognitivas e de sentido expressas em formas de questões que podem ser codificadas e generalizadas a partir de dados diretamente úteis para a prática da comunicação e informação. (GONÇALVES, 2012, p.7).

O modelo de *sense-making* proposto por Dervin (1992) está embasado nas teorias oriundas da ciência da cognição, da teoria crítica, da terapia psicológica e, principalmente, da teoria da comunicação, que apresenta a informação como produto da observação humana (FERREIRA, *apud* FURTADO; ALCARÁ, 2015).

Dervin (1992) definiu sua teoria de construção de sentido da seguinte maneira:

⁹ The model suggests that information-seeking behaviour arises as a consequence of a need perceived by an information user, who, in order to satisfy that need, makes demands upon formal or informal information sources or services, which result in success or failure to find relevant information (WILSON, 1999).

O termo Construção de Sentido passou a ser utilizado para se referir a uma rede teórica, um conjunto de pressupostos e proposições, e um conjunto de métodos que têm sido desenvolvidos para estudar a realização de sentido que as pessoas fazem em suas experiências cotidianas. Algumas pessoas chamam de teoria, outros de conjunto de métodos, outros de metodologia, outros um corpo de conclusões. No sentido geral, é tudo isso. (DERVIN, 1992 *apud* GONÇALVES, 2012).

O diagrama que representa o modelo de comportamento informacional exposto por Dervin (1992) pode ser visto no gráfico abaixo (figura 5), onde a “situação”, em tempo e espaço, seria o contexto no qual surge o problema informacional. A “lacuna” (*gap*), seria a distância entre a situação contextual e a situação desejada (incerteza). O resultado é o que representa a consequência do processo de *sense-making* (DERVIN 1983, *apud* MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007).

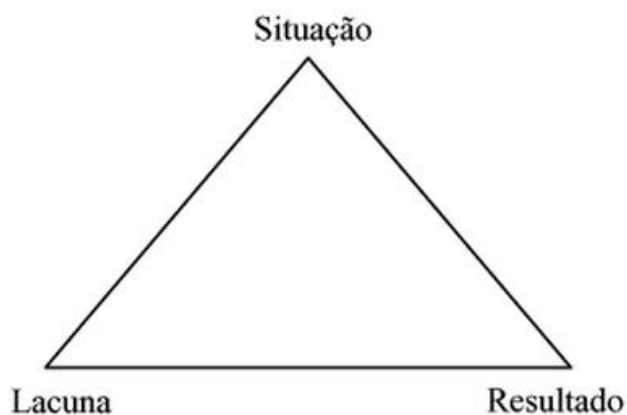


Figura 5 - Modelo *Sense-Making*.
Fonte: MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 123.

Para exemplificar o modelo de *sense-making*, Brenda Dervin criou uma metáfora, na qual utilizando uma ponte (FIGURA 3) como referência ao percurso que o indivíduo percorre para preencher a lacuna entre a situação e o resultado. Seria como se o indivíduo precisasse atravessar para outro lado da ponte para encontrar o que precisa e atender sua demanda.

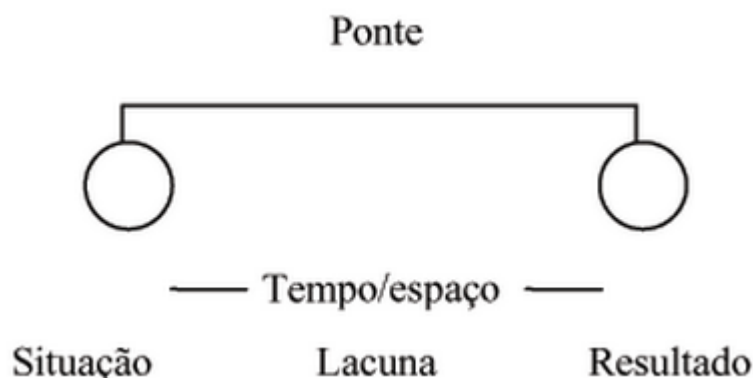


Figura 6 - Metáfora do modelo *sense-making*.
 Fonte: MARTÍNEZ-SILVEIRA, ODOÑO, 2007, p. 123.

Outro modelo bastante difundido e utilizado hoje como referência é o de David Ellis (1989), ele apresentou um modelo de comportamento de busca por informação centrado nos aspectos cognitivos. Este modelo é dividido em 6 etapas, denominadas como Iniciar, Encadear, Navegar, Diferenciar, Monitorar e Extrair.

Podemos destacar as etapas baseadas na descrição de Crespo (2005) sobre como Ellis (1989) caracterizou cada fase, sendo elas: Iniciar, onde são atribuídas todas as atividades do começo de busca por informação, essas atividades dão um enfoque geral do conteúdo a ser estudado. Encadear, que compreende as buscas de informação onde o indivíduo conecta citações, e desta forma encontra novos materiais para pesquisa. Navegar, que compreende uma forma de busca mais superficial, sem uma análise profunda dos conteúdos buscados. Diferenciar, que é a fase onde o indivíduo filtra as informações encontradas para separar o que considera relevante. Monitorar, que se caracteriza por fazer um acompanhamento das fontes de informações específicas e visualizar as publicações da área. Extrair, que abrange as atividades realizadas pelo indivíduo em uma fonte para obter a informação. (ELLIS, 1989, *Apud* CRESPO, 2005)

Em 1993 Ellis, Cox e Hall ampliaram as etapas para 8, incluindo, Verificar, que se caracteriza pela checagem da veracidade da informação e Finalizar, que abrange os procedimentos efetuados ao final de um projeto (ELLIS, 1993, *Apud* CRESPO, 2005)

O diagrama do modelo Comportamental de Ellis é representado pelo encadeamento das 8 categorias, como mostra a figura 4, sendo que elas não são

sequenciais, ou seja, podem sobrepor-se em determinado momento (CRESPO, 2005).

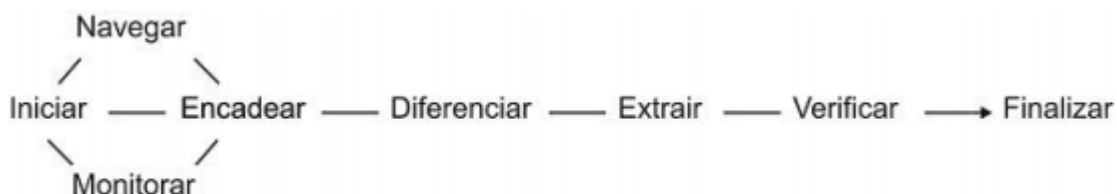


Figura 7 - Modelo de Comportamento Informacional de Ellis.
Fonte: CRESPO, 2005.

Carol Collie Kuhlthau (1991) uma importante pesquisadora do comportamento de adolescentes e crianças no processo de busca por informação, desenvolveu o modelo ISP (*Information Search Process*) o qual se caracteriza por analisar o comportamento do indivíduo sob a ótica emocional, cognitiva e física. Este modelo observa os sentimentos do usuário durante o processo de busca por informação e é dividido em seis etapas, Iniciação, Seleção, Exploração, Formulação, Coleta, Apresentação. (KUHALTHAU, 1991 *apud* FIALHO; ANDRADE, 2007).

Segundo Kuhlthau (1991) a Iniciação marca o início do processo, se caracteriza pela tentativa de satisfazer e reconhecer uma necessidade de informação, o sentimento que acompanha esta fase é o de incerteza,

[...] é nesta fase que o usuário busca informação por tópicos de acesso ao assunto de interesse e por isso se faz necessária a relação do mesmo com um profissional especializado. (KUHALTHAU (1991), *apud* SOUZA ET AL, 2014, p.153).

Na etapa da Seleção o indivíduo tenta localizar a informação e adquire um sentimento otimista, pois suas dúvidas diminuem e ele consegue focar no assunto que procura.

Na Exploração o processo é mais exaustivo e mais difícil das etapas, pois o usuário busca por informações pertinentes a sua área de interesse e ao encontrar uma quantidade grande de informações suas dúvidas aumentam. É comum durante este estágio que a confiança do estudante diminua drasticamente à medida que ele

encontra informação inconsistente e incompatível, que não vai de encontro às suas expectativas (KUHLTHAU, 1999).

Na fase de Formulação, conceitualmente a mais importante, o indivíduo adquire um sentimento de confiança, pois ele já consegue formar uma perspectiva e focar no assunto.

O foco fornece uma ideia guia, um tema ou uma linha na qual basear a coleta de informação; fornece a estrutura para construção de conhecimento e aprendizagem novos. Quando o estudante se torna consciente da necessidade de estabelecer um foco para seu trabalho, adquire uma estratégia para selecionar informação e para compreender a forma de usá-la, muito mais do que simplesmente localizá-la. O estudante precisa de orientação no uso da informação que o leve a pensar, refletir e interpretar a informação que está reunindo. O projeto começa então a tomar forma. (KUHLTHAU, 1999, p.12).

Na fase da Coleta, quinto estágio do processo, o indivíduo tem seu foco bem esclarecido e ele consegue discernir e reunir apenas as informações que são importantes para ele.

A última etapa é a Apresentação, nesta fase o indivíduo apresenta os resultados obtidos na sua pesquisa. O sentimento é o de satisfação ou não, tudo depende do resultado alcançado. (KUHLTHAU, 2007, *APUD SOUZA ET AL*, 2014).

Em seu diagrama de modelo de comportamento de busca da informação (Figura 8), Kuhlthau (2007) descreve cada etapa com o principal sentimento que acompanha aquele estágio do processo.

Processo de Busca da Informação

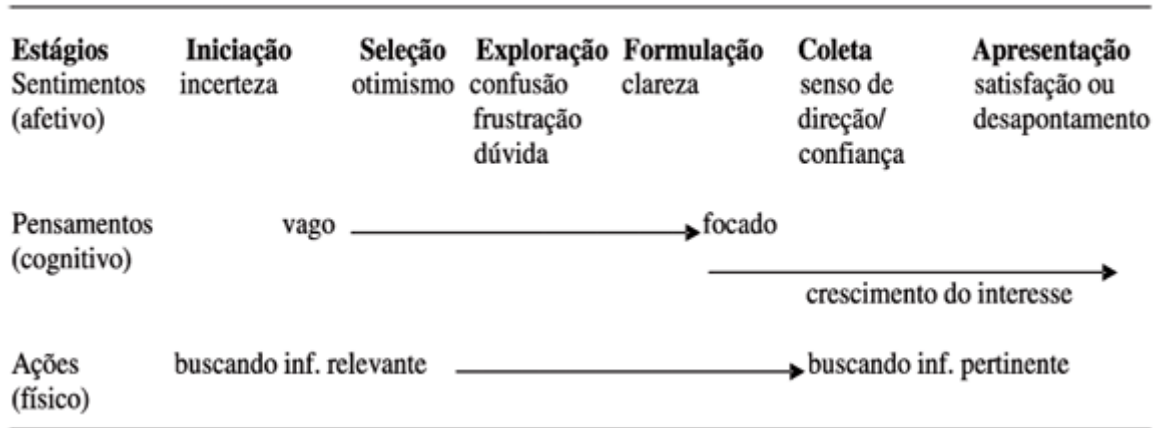


Figura 8: Modelo ISP (Information Search Process).
Fonte: Fialho; Andrade, 2007.

Em 1996 Wilson revisou seu modelo de comportamento informacional e junto com Walsh, propuseram uma nova estrutura (Figura 6). Ele percebeu que seu modelo continha apenas aspectos implícitos, faltava acrescentar os impactos que o contexto externo e as barreiras podem ter nas pessoas (VALENTIM, 2010).

Modelo revisado de comportamento informacional de Wilson

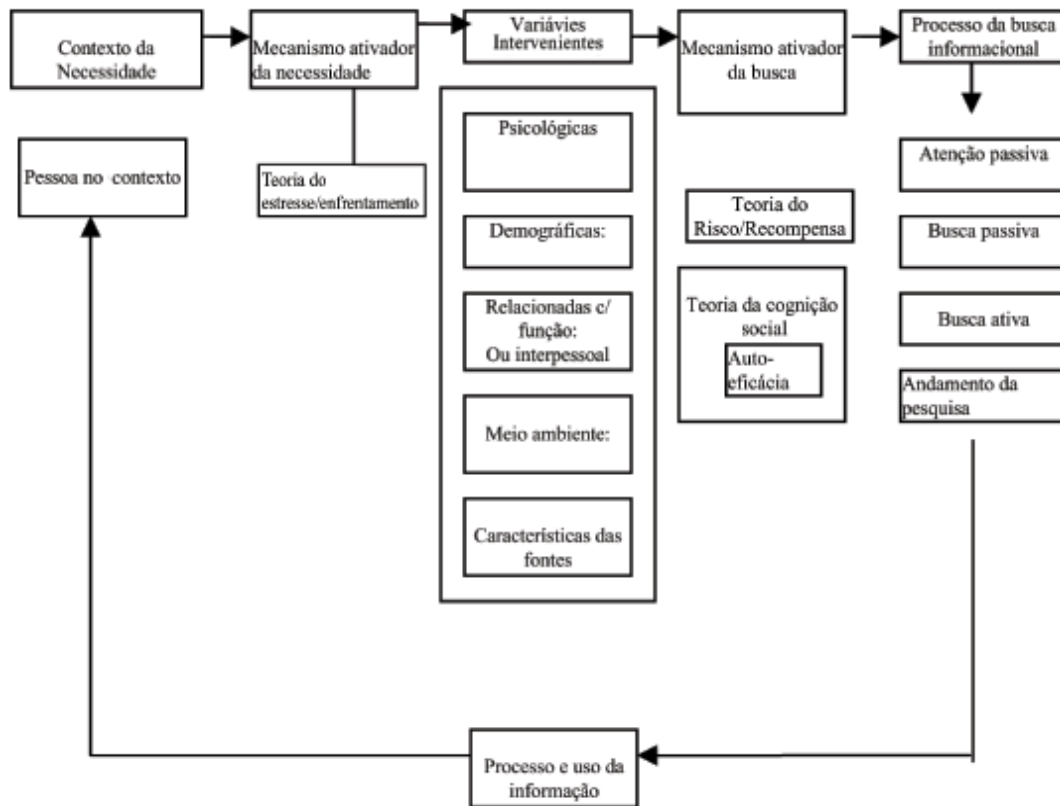


Figura 9 - Modelo revisado de Comportamento informacional de Wilson.
Fonte: MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE 2007, p. 125.

Este novo modelo foi acrescido de “[...] conexões com outros domínios, incluindo psicologia, comunicação em saúde e pesquisa para leigos” (MARTÍNEZ-SILVEIRA, ODDONE, 2007, p. 124).

Alguns itens permaneceram iguais, como a pessoa no contexto da necessidade, que é a ocasião onde ocorre a necessidade de informação, exemplificando, pode ser a apresentação de um trabalho acadêmico, onde elaborar o conteúdo gera uma necessidade de informação ao estudante e ele precisa focalizar em encontrar conteúdos relacionados ao tema.

O mecanismo ativador da busca pode ser curiosidade, necessidade de apresentar uma solução, ou um simples desejo de estar informado. “Pode estar situado na área cognitiva, ou seja, relacionar-se ao motivo ou premência de responder a um questionamento, uma carência informacional ou dúvida” (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE 2007, p. 125).

Conforme Wilson (1997), quando o indivíduo sente que lhe falta alguma informação, ele tenta reverter essa situação, ou não:

O estado de carência de informação é uma situação de stress caracterizado por frustração e incerteza, diante desta situação o usuário poderá evitar o problema ou enfrentá-lo. 'No primeiro caso, o estado de frustração continuará e no segundo não' (WILSON, 1997 apud GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 101, *tradução nossa*)¹⁰

No novo modelo, Wilson (1999 *apud* SILVA, 2010) incluiu três teorias de outras áreas do conhecimento, são elas as Teoria do stress/esforço, Teoria do risco/benefício e Teoria de auto eficácia.

Teoria do Stress/Esforço, que oferece possibilidades de explicar o porquê de algumas necessidades motivarem um comportamento de busca de informação); Teoria do Risco/Benefício, a qual pode ajudar a explicar o porquê de algumas fontes de informação serem mais usadas do que outras por um determinado indivíduo; e a Teoria do aprendizado social que incorpora o conceito de auto-eficácia, trazendo a ideia de que um indivíduo pode com bastante sucesso adotar o comportamento requerido para produzir resultados desejados (WILSON, 1999, p. 257 *apud* SILVA, 2010, p. 56).

A teoria do stress/esforço mostra que nem toda a necessidade por informação faz o indivíduo sair da sua zona de conforto para buscar informação. Ele precisa de uma pressão para se deslocar, essa pressão (*stress*) impulsiona a busca. Ela seria considerada um motivador da necessidade de informação.

Um grau mínimo de stress é um motivador para o indivíduo buscar informação, pois ele pode estar convencido de que o conhecimento que possui é suficiente para entender a situação e tomar uma decisão, mas se falta tal convicção, a tensão (*stress*) gerada pelo perigo de cometer um erro, ou não atender expectativas o faz buscar por mais informação (Garcia, 2007).

Na teoria do risco/benefício Wilson (1996 *apud* GARCIA, 2007) explica o porquê algumas pessoas buscam informação em demasia e outras não o suficiente. Uma pessoa somente vai gastar energia em busca por informação, caso julgue necessário (ela avalia o risco/benefício) para não correr o risco de não atender

¹⁰ Wilson afirma que un estado de carência de información es unassituación de estrés caracterizada por laincertidumbre y lafrustación. Ante este estado, El usuário podrá; a) evitar el problema, o b) enfrentarse a él. Enel primer caso, el processo no continuará, enel segundo si lohará. (GONZÁLES-TERUEL, 2005, p. 101).

satisfatoriamente sua necessidade de informação. (WILSON, 1996, *apud* GARCIA, 2007).

Resumindo a teoria do Risco/Benefício, ela significa que quando o indivíduo acha que não vai encontrar a informação que precisa, ele se empenha muito mais na busca. (WILSON, 1996 *apud* GARCIA, 2007)

Por último Wilson (1996) inclui outro importante estímulo para o comportamento informacional, que é a Teoria da auto eficácia, que é tida como a crença que o indivíduo tem sobre sua capacidade de realizar com sucesso determinada atividade. Dessa forma, sua crença pode afetar suas escolhas e o desempenho profissional. (BANDURA, 1977 *apud* BARROS; BATISTA-DOS-SANTOS, 2010).

Significa que por mais que o indivíduo saiba que determinado comportamento pode trazer sucesso para sua demanda, a dúvida em usar a fonte corretamente, por exemplo, pode levá-lo ao fracasso. Deste modo, pode-se inferir que um indivíduo pode estar atento para o uso de uma fonte de informação que pode produzir uma informação útil, mas que duvida de sua capacidade para ter acesso à fonte corretamente, ou completar uma busca corretamente. Neste caso poderia acontecer o fracasso no uso da fonte (WILSON, 1996 *apud* GARCIA, 2007).

Essas três teorias são consideradas mecanismos motivacionais, elas são as responsáveis por fazerem o indivíduo buscar informação e chegar ao final com sucesso ou não. Esses mecanismos ativadores são afetados pelas variáveis intervenientes, que são os fatores que interferem na busca do indivíduo, seja positivamente, apoiando o usuário na busca ou negativamente, criando barreiras no processo, “[...] podem impedir ou motivar o indivíduo a apresentar um determinado comportamento para satisfazer aquela necessidade” (SILVA, 2010, p. 54).

Essas variáveis intervenientes caracterizam-se como de origem psicológica (necessidade de conhecer ou simples curiosidade), demográfica (idade, escolaridade) função (atividades que exercem profissionalmente) meio ambiente (se possuem recursos informacionais, bibliotecas) e características das fontes (se fáceis de manusear, se possuem acesso fácil).

Wilson e Walsh (1996) enumeram as ‘variáveis intervenientes’ da seguinte forma: a) características pessoais; b) variáveis emocionais; c) variáveis

educacionais; d) variáveis demográficas; e) variáveis interpessoais/sociais; f) variáveis ambientais; g) variáveis econômicas; h) características da fonte. (WILSON, WALSH, 1996, *apud* SILVA, 2010. p. 55)

Por fim o processo de busca informacional pode ocorrer de maneira ativa, através de livros, bases de dados e outros métodos, ou de maneira passiva, onde recebem informações através de aulas, palestras e conferências, e o usuário pode ou não obter a informação “[...] caracterizando um processo cognitivo de alteração informacional para a tomada de decisão” (MARTÍNEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 126).

Desta forma, fica claro que cada modelo de comportamento informacional tem suas características e contribuem de modo significativo para os estudos da área.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo descreve os procedimentos metodológicos que orientaram a elaboração desta pesquisa, a qual teve o intuito de identificar o comportamento informacional dos colaboradores da empresa Viação Ouro e Prata.

4.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Visando identificar a conduta dos colaboradores na busca por informação, o principal questionamento desta pesquisa pode ser estabelecido como: Qual o comportamento informacional dos profissionais da empresa Viação Ouro e Prata?

4.2 OBJETIVO GERAL

Esta pesquisa tem como objetivo geral identificar o Comportamento Informacional dos colaboradores da Viação Ouro e prata.

4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar os perfis dos colaboradores.

- ✓ Verificar as fontes utilizadas

- ✓ Analisar o comportamento informacional dos usuários.

4.4 METODOLOGIA DA PESQUISA

O método de pesquisa adotado foi o estudo de caso, que se caracteriza pelo exaustivo estudo de um objeto a ponto de ampliar o conhecimento sobre o assunto (GIL, 2008).

A pesquisa realizada foi de caráter exploratório, pois teve o intuito de responder à problemática e os objetivos propostos, fazer aproximação com o tema, além de aprofundar o estudo sobre comportamento informacional de maneira mais detalhada, Gil (2008) argumenta que a pesquisa exploratória:

[...] têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. (GIL, 2008, p. 27).

Para operacionalizar o estudo exploratório foi utilizada uma abordagem qualitativa, a qual possibilita analisar com clareza as opiniões e pensamentos dos participantes, para poder relatar as informações recebidas no decorrer da pesquisa.

A abordagem qualitativa é um processo no qual se tenta descrever determinados acontecimentos no contexto ou ambiente em que ocorrem. Busca-se compreender, por exemplo, como os indivíduos pensam, o que sentem e a maneira como interpretam os acontecimentos. Para tanto, é utilizada a indução como base em possíveis explicações de um fenômeno observável. (GORMAN, CLAYTON, 2005, p. 7 *apud* SILVA, 2010, p. 65).

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário com perguntas abertas e fechadas, a partir de uma amostra não-probabilística. Para a aplicação do questionário foi utilizado o aplicativo Survio (www.survio.com.br), um *site* de pesquisa *on-line*. O questionário (APENDICE I) foi enviado por *e-mail* para 91 funcionários dos departamentos administrativos da Viação Ouro e Prata. Destes, 60 contribuíram com a pesquisa, a qual foi aplicada entre os dias 20 de agosto a 2 de novembro.

Foi enviado um questionário, pré-teste, para três funcionários antes da aplicação da versão final, isso possibilitou alguns ajustes que se mostraram necessários para a produção do instrumento de coleta de dados.

As perguntas foram embasadas no modelo comportamental de Wilson (Figura 10), foi analisado o motivador de busca por informação, as fontes mais utilizadas, quais são consideradas mais seguras e qual a ordem das etapas do processo de busca o indivíduo percebe realizar.

As variáveis intervenientes também foram observadas, elas estão relacionadas com a busca da informação, a idade, escolaridade, atividade profissional, recursos informacionais e características das fontes.

O Questionário continha explicações a respeito da pesquisa, sobre o sigilo de informações e dados da pesquisadora. A empresa Viação Ouro e Prata foi escolhida, justamente por ser o local de atuação profissional da pesquisadora, o que possibilitou um melhor acesso a coleta de dados.

Para a análise e interpretação dos dados foi realizada uma análise de conteúdo de caráter qualitativa, esta é uma possível forma de demonstrar o propósito da mensagem emitida (BARDIN, 2011).

A análise de conteúdo “[...] é um conjunto de técnicas de análise de comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2011, p. 37). Escolheu-se essa técnica, pois ela permite interpretar e analisar múltiplas variáveis da mensagem.

Para a realização deste estudo foram considerados os critérios de categorização, com o objetivo de desmembrar a análise e a extração dos objetivos de pesquisa propostos. A categorização consiste em um procedimento de agrupar dados considerando a parte comum existente entre eles. (MORAES, 1999).

Para a categorização e exposição das respostas foram utilizados gráficos, pois desta forma a apresentação dos resultados se mostra visivelmente mais clara.

No apêndice A é apresentado o Termo de Autorização Institucional. No apêndice B está disposto o questionário que foi aplicado e a análise dos dados encontra-se no capítulo cinco.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentados os dados obtidos através do questionário realizado com os funcionários administrativos da Viação Ouro e Prata.

Os resultados serão apresentados categorizados considerando que o objetivo da pesquisa era identificar o comportamento informacional dos colaboradores.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES

A pesquisa resultou em 60 questionários respondidos pelos departamentos administrativos da empresa. As primeiras 3 questões serviram para categorizar os participantes. As perguntas eram referentes à idade (Gráfico 1), escolaridade (Gráfico 2) e tempo de empresa (Gráfico 3).

Essas características, como idade e escolaridade e tempo de empresa, podem alterar a forma como eles buscam e usam a informação. Segundo Wilson (1996 *apud* GARCIA 2007) as características de variação educacional, variação interpessoal/social, as características das fontes e o conhecimento podem impactar na necessidade informacional, na busca e na utilização da informação, moldando seu comportamento informacional. (WILSON, 1996 *apud* QUADROS, 2012).

As questões relacionadas com idade, escolaridade e departamentos são referentes às variáveis intervenientes que podem motivar ou não na busca.

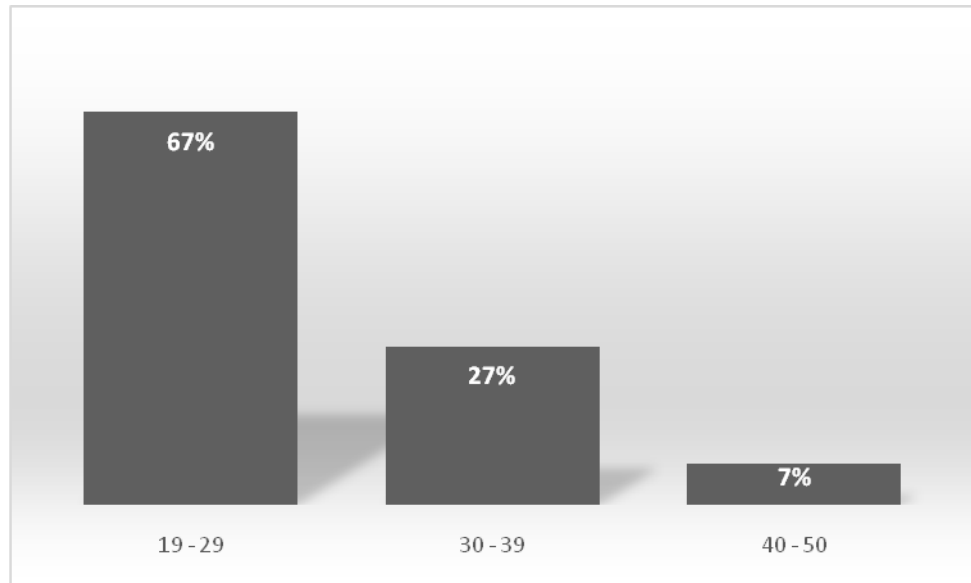


Gráfico 1: Idade.
Fonte: Dados da pesquisa.

Tanto idade quanto escolaridade estão relacionadas com a variável interveniente demográfica.

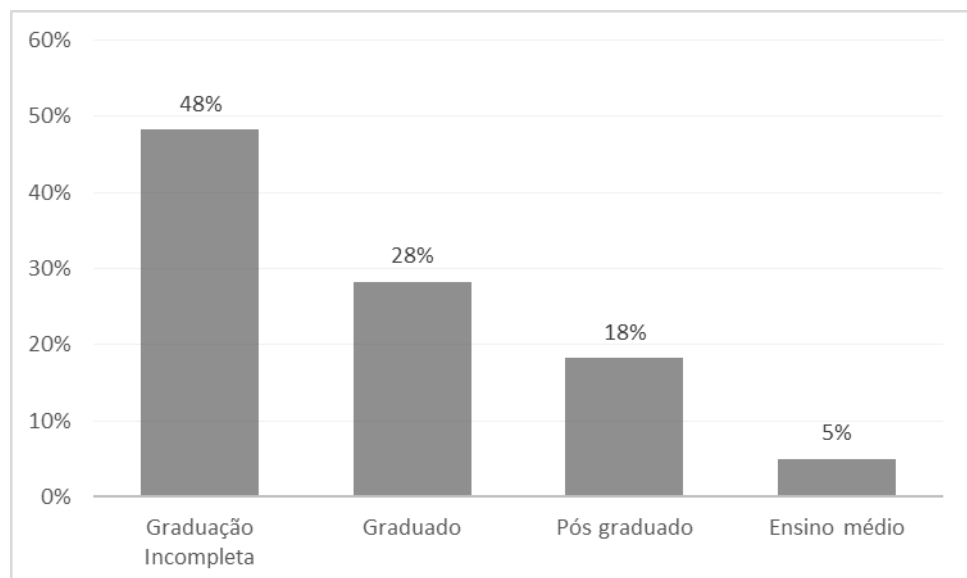


Gráfico 2: Escolaridade.
Fonte: Dados da pesquisa.

Como falado anteriormente a questão do tempo de empresa influencia no modo de busca por informação, a experiência na atividade e na empresa, propriamente, pode causar variação de comportamento.

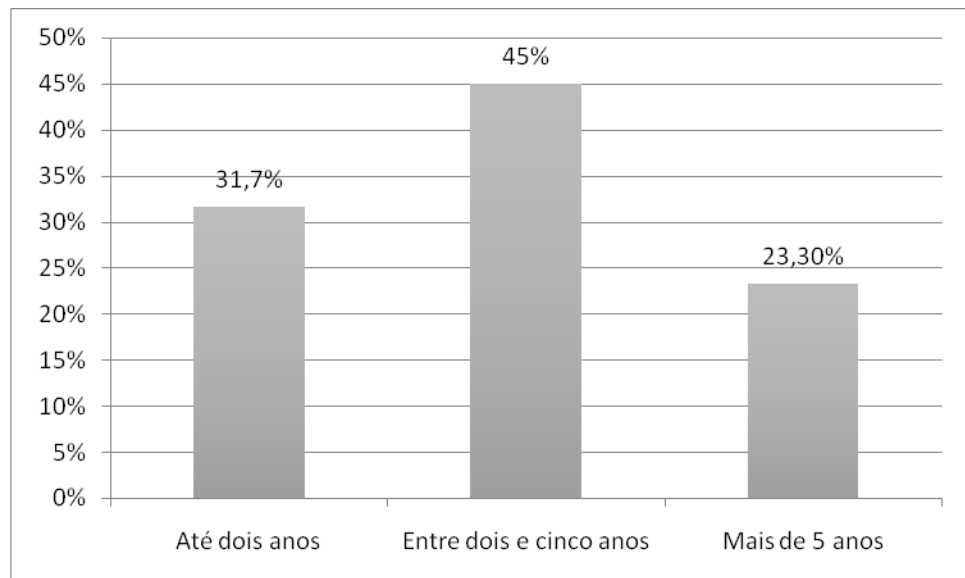


Gráfico 3: Tempo de empresa.

Fonte: Dados da pesquisa.

A atividade exercida pelo colaborador é, conforme Wilson (1996 *apud* GARCIA, 2007), uma variável interveniente de função e modela o comportamento de busca por informação do indivíduo.

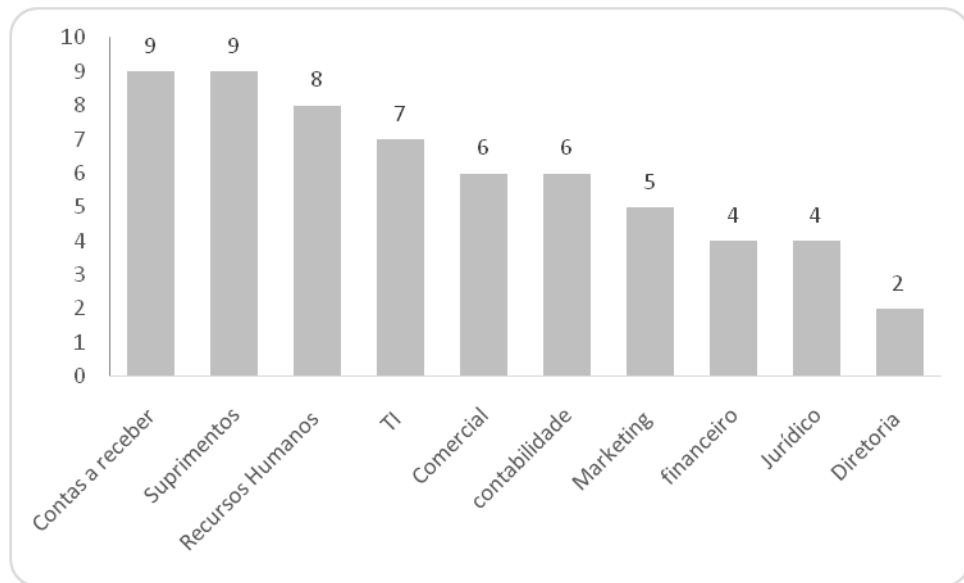


Gráfico 4: Departamento.
Fonte: dados da Pesquisa.

O contexto da necessidade de informação é as atividades de trabalho, portanto o departamento pode influenciar as respostas, como o jurídico que pode buscar informações em fontes judiciais específicas, portanto o departamento influencia o comportamento de busca.

5.2 USOS DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Nas questões sobre a frequência às fontes de informação (gráfico 5), os arquivos setoriais representam uma fonte de informação bastante relevante, por serem bastante consultados para a realização das atividades diárias. Essa questão pode estar atrelada ao departamento do participante, pois alguns setores como diretoria não acessam nenhuma vez, e a contabilidade, por exemplo, acessam inúmeras vezes. Provavelmente por questões como fechamento de mês e análise de notas fiscais.

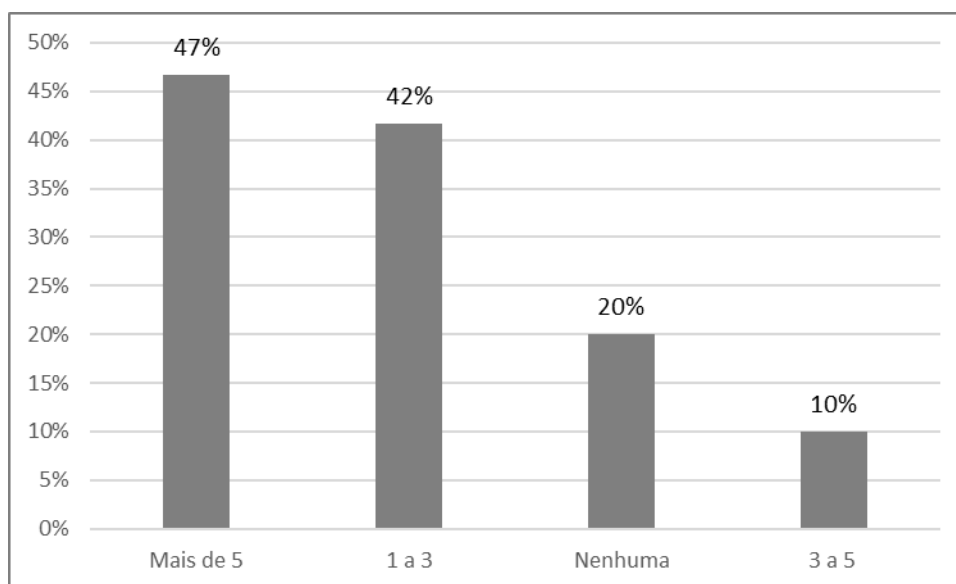


Gráfico 5: Acesso ao arquivo setorial no mês.
Fonte: Dados da pesquisa.

O Arquivo Central (Gráfico 6), que na Viação Ouro e Prata é administrado por uma empresa terceira, também se mostra uma fonte de informação procurada, mas com uma frequência menor que o Setorial.

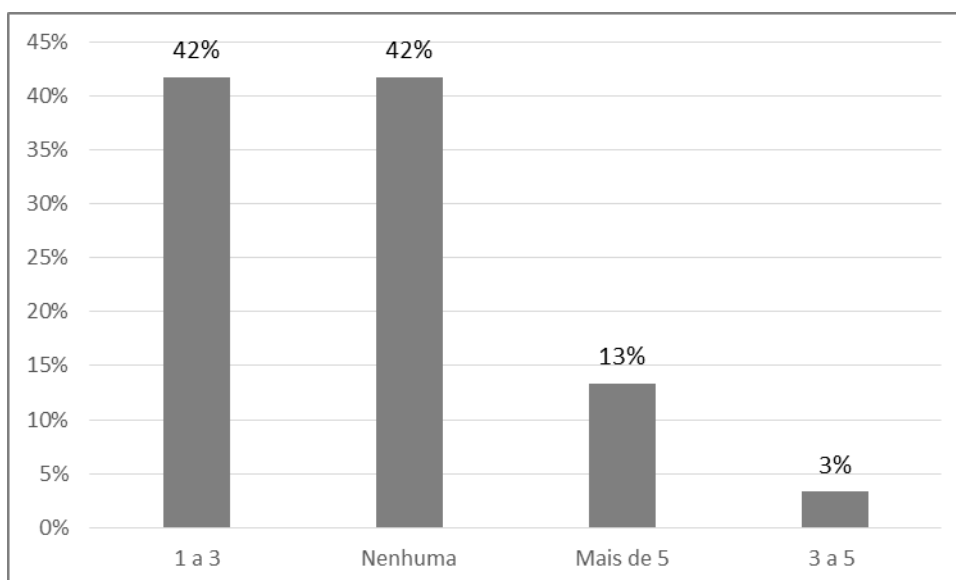


Gráfico 6: Acesso ao arquivo Central no mês
Fonte: Dados da pesquisa.

Na questão sobre quais as fontes mais utilizadas, por ser uma questão de múltipla escolha foram marcadas várias opções. Obtendo um total de 170 respostas,

sendo que as fontes informais são as mais procuradas pelos colaboradores na busca por informação, principalmente os colegas de departamento. Percebe-se uma cultura de fontes informais na empresa.

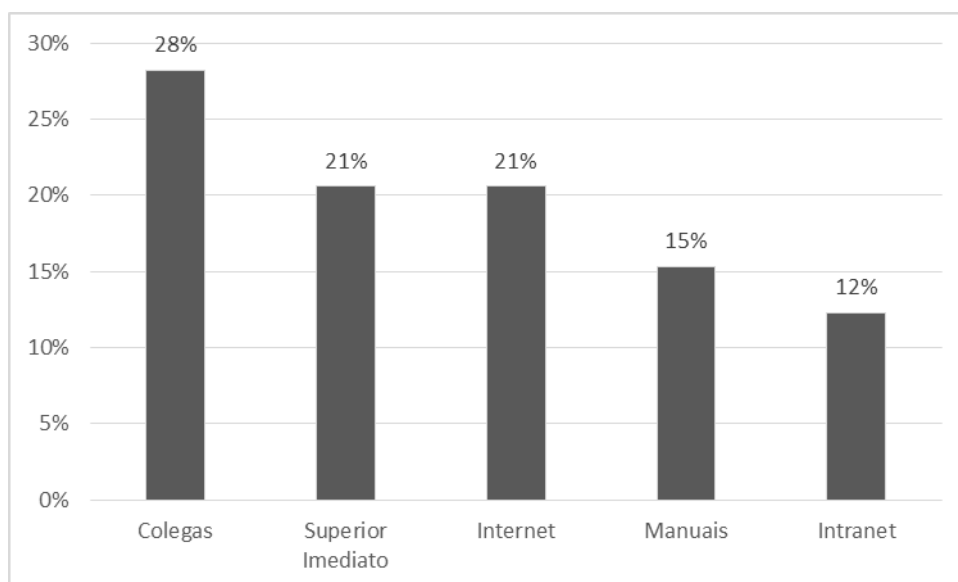


Gráfico 7: Fontes mais utilizadas.
Fonte: Dados da pesquisa.

Na pergunta aberta sobre quais outras fontes são utilizadas, foram mencionadas “Consultorias externas; Códigos, Livros e catálogos; Arquivos na rede da empresa; Sistemas.” (Dados da pesquisa, 2015).

Observamos que algumas fontes externas mencionadas estão de acordo com a atividade exercida pelo participante. Esta constatação corrobora com a caracterização dos participantes, de que a variável “função” interfere na busca por informação. Isso fica evidenciado pela menção de “Leis, Normas e resoluções ” como fontes utilizadas, por um dos participantes que trabalha no departamento jurídico, ao responder sobre outras fontes de pesquisa (Dados da pesquisa, 2015).

Na questão número oito foi perguntado se deveria existir mais treinamentos para uso das fontes de informação da empresa (Gráfico 8).



Gráfico 8: Treinamentos para os sistemas informacionais da empresa.
Fonte: Dados da pesquisa.

Conhecer as ferramentas e saber utiliza-las é essencial para andamento do processo, pois essas dificuldades causam frustração e está associada a Teoria da auto eficácia, que é “[...] a percepção do indivíduo a respeito de suas capacidades no exercício de determinada atividade. ” (BANDURA 1994, p. 71 *apud* BARROS; BATISTA-DOS-SANTOS, 2010). A dificuldade de utilizar a ferramenta faz com que o usuário desacredite em sua capacidade de concluir a tarefa e isso pode desmotivá-lo ou não.

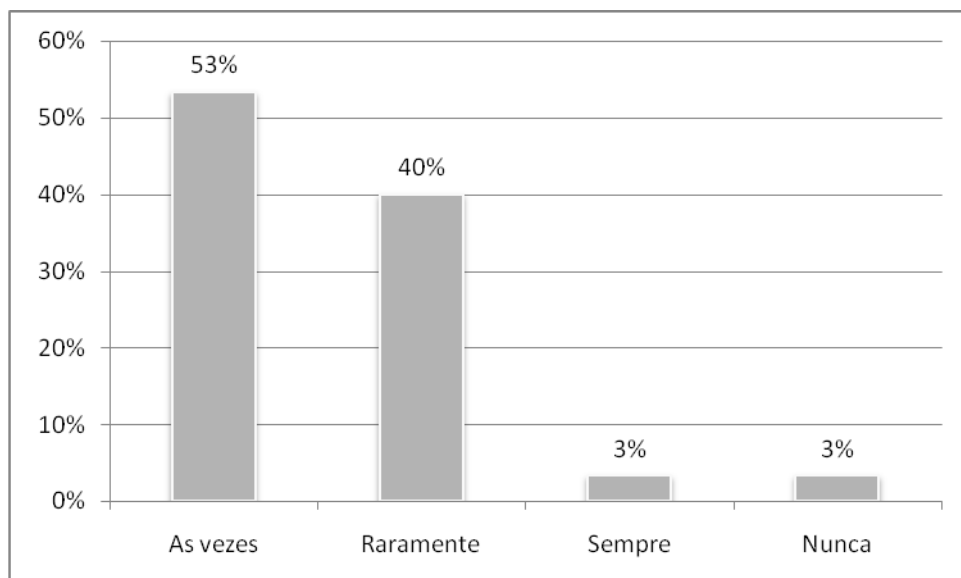


Gráfico 9: Dificuldade em localizar informações.
Fonte: dados da pesquisa.

Conforme mostra o gráfico (9), o indivíduo percebe essa dificuldade na localização das informações o que prejudica o processo de busca por informação e conseqüentemente a realização das tarefas de trabalho.

5.3 PROCESSO DE BUSCA POR INFORMAÇÃO

A questão número nove está associada às etapas estabelecidas pelo colaborador no processo de busca por informação e está diretamente ligada ao seu comportamento Informacional. As opções estabelecidas estavam dispostas na seguinte ordem: Busca a informação, seleciona as informações encontradas, verifica se a informação é pertinente, relaciona a informação encontrada com outras, descarta a informação e finaliza a busca. Tais etapas foram inspiradas na lógica de busca proposta no modelo de Kuhlthau (1991).

| Etapas/ Sequencia | BUSCA | SELECIONA | VERIFICA | RELACIONA | DESCARTA | FINALIZA |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|--------------|------------|
| 1º | 83% | 15% | 1,7% | | | |
| 2º | | 70% | 10% | 11,7% | 10% | |
| 3º | 6,7% | 13% | 65% | 13% | 1,7% | |
| 4º | | 1,7% | 21,7% | 71% | 3% | |
| 5º | | | 1,7% | 1,7% | 66,7% | 30% |
| 6º | | 1,7% | | 1,7% | 27% | 70% |

Quadro1: Etapas da busca por informação.
Fonte: Dados da pesquisa.

No quadro a cima (Quadro 1) está exposta a sequência escolhida pelos colaboradores. Percebemos que numa visão geral a maioria dos colaboradores segue a lógica proposta, a qual foi inspirada no processo de busca do modelo de Kuhlthau (1991), mas percebemos também que alguns colaboradores possuem um comportamento diferente.

5.4 MOTIVADOR DE BUSCA

As respostas da questão número 10, referente ao motivador de busca por informação, foram categorizadas por uma palavra-chave. Foram contempladas sete categorias sendo elas “conhecimento”, “melhoria”, “crescimento”, “dúvida”, “aprendizado”, “qualidade” e “desenvolvimento”. Essas categorias podem ser vistas no quadro a baixo (QUADRO 2).

No quadrante de qualidade, onde se concentra o maior número de respostas, os participantes responderam que buscam a informação para a execução da atividade, ou seja, buscam a informação para entregar, ou efetuar o trabalho bem feito. A resposta “As informações devem ser repassadas com qualidade, por isso busco sempre entregar ao interessado da informação o mais correto possível para não haver retrabalho”, ilustra esta constatação (Dados da pesquisa, 2015)

Como observamos na revisão bibliográfica, o mecanismo ativador da busca pode ser uma dúvida, curiosidade, busca por solução, ou mesmo vontade de se informar. Essa necessidade pode estar na área cognitiva e atrelado ao motivo ou premência de responder a um questionamento, uma carência informacional ou dúvida (MARTÍNEZ- SILVEIRA; ODDONE, 2007).

Em relação ao crescimento profissional, visto que o contexto eram as atividades de trabalho, fica evidente que o ativador de busca pode ser a vontade de uma promoção interna na empresa.

Conhecimento foi outro motivador, de busca por informação, mencionado pelos participantes como motivador de busca.

Na categoria Melhoria, responderam que buscam melhorar sempre em suas atividades

E alguns colaboradores responderam que buscam informação quando têm dúvidas ou curiosidade sobre determinado assunto.

| |
|---|
| Conhecimento |
| Novas atividades, demandas desconhecidas |
| Conhecimento; |
| Segurança da informação e autoconhecimento |
| Conhecimento de processos com o intuito de não gerar retrabalha |
| Conhecimento, dúvidas, esclarecimentos, informação correta. |
| Conhecimento, solidificação das informações (confiabilidade) das atividades |
| O conhecimento |
| Falta de conhecimento sobre algum assunto, ou resgate de algum trabalho anterior |
| Maior conhecimento sobre a situação, busca pela melhor solução de um problema, diminuir a probabilidade de ocorrer retrabalho, diminuição de custos. |
| Ter domínio total do conhecimento pertinente as atividades que são de minha responsabilidade. |
| Estar bem informada para poder argumentar, negociar e interagir; * conhecer o processo como um todo; * tomar decisões mais assertivas. |
| Obter conhecimento, estar sempre atualizado nas informações. |
| Acredito que devemos estar atualizados e sempre buscando novas informações, as quais podemos utilizar e agregar conhecimento. |
| Melhoria |
| Melhorar a qualidade do serviço prestado |
| Melhoria continua |
| Melhoria contínua sempre e desenvolvimento de um trabalho com excelência |
| Realização do trabalho da melhor maneira possível |
| Realizar a atividade da melhor maneira possível |
| Em busca de sempre fazer o melhor trabalho com eficiência |
| Encontrar algum método mais prático e eficaz para solucionar um problema ou realizar alguma atividade, sempre da melhor maneira possível e sem desperdício de tempo |
| Para realizar a tarefa nos padrões definidos ou sugestão de melhoria na tarefa |
| Crescimento |
| Crescimento pessoal e profissional |
| Crescimento Profissional |
| Crescimento profissional |
| Crescimento, conhecimento |
| A vontade de aprender cada vez mais |
| Realização profissional, sou perfeccionista, ou eu faço bem feito meu trabalho ou não faço. Gosto de terminar meu dia com o dever cumprido, satisfeito comigo |

| |
|---|
| mesmo |
| As questões jurídicas são constantemente atualizadas, então as pesquisas são importantes para acompanhar as mudanças |
| Atualização das informações; garantia da informação; retorno a superior |
| Constante aprendizado |
| O aprendizado |
| Autodesenvolvimento, raciocínio |
| Desenvolvimento |
| Trabalho em equipe, desenvolvimento pessoal e comprometimento com as tarefas. |
| Estar sempre atento as mudanças que podem ocorrer em minha área de atuação. |
| Dúvida |
| Curiosidade, dúvidas e novas ideias. Sempre se pode reaproveitar uma ideia |
| Dúvida quanto aos procedimentos |
| Dúvidas, ou buscar mais informações para que o trabalho fique mais claro. |
| Possíveis Dúvidas |
| Informações incompletas ou incorretas |
| Qualidade |
| As informações devem ser repassadas com qualidade, por isso busco sempre entregar ao interessado da informação o mais correto possível para não haver retrabalho. |
| Ser um profissional mais completo. Conseguir solucionar os problemas de forma mais rápida e ágil. |
| Velocidade dos recursos para extrair as informações, ótima comunicação com colegas para realização das atividades |
| Atingir a meta |
| Repasse de informação correta para outros colegas que precisam da informação. |
| A execução de um trabalho mais preciso e confiável |
| A necessidade constante de entender como funcionam os processos, para poder prestar um bom trabalho |
| Necessidade de embasamento para determinada demanda |
| Excelência na atividade e boas praticas |
| Estamos sempre em busca, de realizar um melhor trabalho. |
| Qualidade da atividade |
| Aperfeiçoamento, prestar um serviço de qualidade, atualização e agilidade e melhoria para o processo |
| Alguma coisa que saia da rotina |
| Para chegar à solução da atividade |
| Resolver algum problema que ainda não resolvi. |
| Ajudar o próximo da melhor maneira com a informação mais correta possível |
| O principal fator é a entrega de trabalho com informações fidedignas. |

Quadro 2: Categorização das respostas sobre motivação.

Fonte: Dados da pesquisa.

Na questão 11, sobre o que os fazem abandonar a busca sem total satisfação, as respostas foram categorizadas em “falta de tempo”, “fontes não confiáveis”, “dificuldade de acesso”, “dificuldade em selecionar a informação”, “término da pesquisa” e “não encontra a resposta”.

No quadro a seguir (Quadro 3) podemos verificar que a dificuldade de acesso às informações é a principal barreira na busca por informação, pois a maioria dos participantes salientaram essa dificuldade, seja por não identificar o local da informação ou por não conseguir resposta dos colegas. A dificuldade de acesso gera frustração no indivíduo e nesse caso desmotiva à busca por informação.

Alguns participantes mostraram que sentem dificuldades na seleção da informação, se mostram confusos com a relevância e ao entendimento da informação. Outros salientaram que abandonam a busca por considerar as fontes duvidosas e pouco confiáveis.

| |
|--|
| Falta de Tempo |
| Tempo |
| Urgência na entrega do trabalho |
| Falta de tempo |
| Demora dos recursos para se extrair as informações, incerteza na comunicação repassada |
| Falta de tempo, grande número de demandas a serem atendidas e tarefas a serem realizadas, urgência na solução do problema. |
| Fontes não confiáveis |
| Fonte desconhecida |
| Falta de fontes confiáveis para a pesquisa. |
| Ausência de fontes confiáveis |
| Ausência de informação, em especial de fontes seguras. |
| Pouquíssima informação sobre determinado assunto, fontes não confiáveis e perda da necessidade de determinada informação |
| Quando a origem da informação não é confiável |
| Informações que se desencontram, fontes não confiáveis, explicações opostas para uma mesma dúvida |
| Dificuldade de acesso a informação |
| Quando o processo de busca de informação torna-se difícil ou bloqueio de informações |
| Dificuldade de localização ou comunicação para a resposta de informações. |
| A falta de preparo de alguns colaboradores e a falta de informações pertinentes a cada setor que deveriam ser responsáveis por tais. |

| |
|---|
| A falta de informações pelo solicitante e dificuldade de achar o local certo para fazer uma solicitação ou pedido e a falta de auxílio por parte dos responsáveis e interessados em ajudar a prestar informação |
| Desinteresse da parte que está passando a informação. Faz com que busquemos outro meio de esclarecimento |
| Quando consulta as partes e nenhuma se interessa em solucionar a causa |
| Quando não estão visíveis e tem que ficar procurando em pasta em pasta |
| Dificuldade em encontrar |
| Dificuldade em localizar |
| Sites confusos e pouco objetivos |
| Pastas desorganizadas |
| Burocracia nas informações, |
| Quando ocorre dificuldade de ter acesso a informação |
| Falta de recurso. |
| Falta de suporte (colaboração) de alguns colegas que tenham a informação. |
| Não costumo desistir de cumprir minhas tarefas, mas confesso que a ignorância, arrogância, prepotência das pessoas envolvidas, me incomodam bastante. |
| Às vezes desistimos de buscar mais informações para poder melhorar nosso trabalho devido a dificuldade de achar algumas informações, porque muitas empresas não gostam de deixar todas as informações acessíveis. |
| Inviabilidade, dificuldade no uso de ferramentas, falta de retorno, descentralização da informação, morosidade na atualização da informação, conteúdo não organizado. |
| Seleção da informação |
| Dificuldade de encontrar alguma informação pertinente, |
| Falta de informações. |
| Falta de entendimento |
| Quando a informação não é útil |
| Se não for do meu interesse. |
| Relevância. |
| Dúvidas se a informação é pertinente. |
| Falta de clareza e objetividade |
| Quando estas não são relevantes para o resultado final ou controle das atividades. |
| Não encontrar a solução ideal para a dúvida |
| Informações incompletas ou não fazem sentido |
| Geralmente, é a falta de definição da pesquisa que te faz não encontrar as respostas certas. |
| Não costumo abandonar a busca de informações, quando sinto a necessidade de entender algo. Porém algo que dificulta esta busca, são as informações confusas, pouco claras. |
| Informações que não são de meu interesse ou necessidade no momento; * prioridade na realização de minha atividade; * não despertar a curiosidade de me informar. |
| Término da pesquisa |

| |
|--|
| Quando não preciso mais da informação |
| Nenhum |
| Nenhum |
| Termino da pesquisa |
| Bom, procuro sempre esclarecer todas as dúvidas, pois continuar com duvidas não irá esclarecer meu problema ou coisa parecida. |
| Geralmente sempre encontro as informações para sanar minhas dúvidas. |
| Não encontra a resposta |
| Eu normalmente esgoto todas as possibilidades de busca, para que as tomadas de decisão seja a mais correta possível. |
| Somente após muita pesquisa e se caso todas as informações encontradas não tenham sido esclarecedoras. |
| Quando não há alguma norma ou resolução nacional ou internacional sobre o assunto. |
| Quando entendo que todos os mecanismos de busca já foram utilizados |
| Quando não sou atendido no que estou procurando |
| Não encontrar a informação que necessito |
| Não haver resposta ou alguém me disponibilizar |

Quadro 3: Categorização das respostas sobre abandono de busca.

Fonte: Dados da pesquisa.

As respostas demonstram as barreiras que impedem os funcionários de encontrar as informações que precisam para satisfazer a necessidade encontrada. Esses obstáculos desmotivam e impedem a excelência na realização das atividades.

5.5 CONFIABILIDADE DAS FONTES

A questão doze era referente às fontes de informação consideradas confiáveis, como pergunta era de múltipla escolha obtivemos um total de 147 respostas, sendo o superior imediato a fonte mais escolhida. Na opção outros, foram consideradas:

- ✓ Manuais que normalmente a empresa desenvolve de acordo com a necessidade de cada área.
- ✓ Manuais criados pelos colegas explicando os processos a serem realizados.

- ✓ Internet somente no site do Tribunal de Justiça ou notícias.
- ✓ Colegas com instrução e conhecimento do assunto.
- ✓ Experiência profissional pregressa.
- ✓ Jornais, Televisão.
- ✓ Consultoria externa
- ✓ Blog de Software
- ✓ Legislação

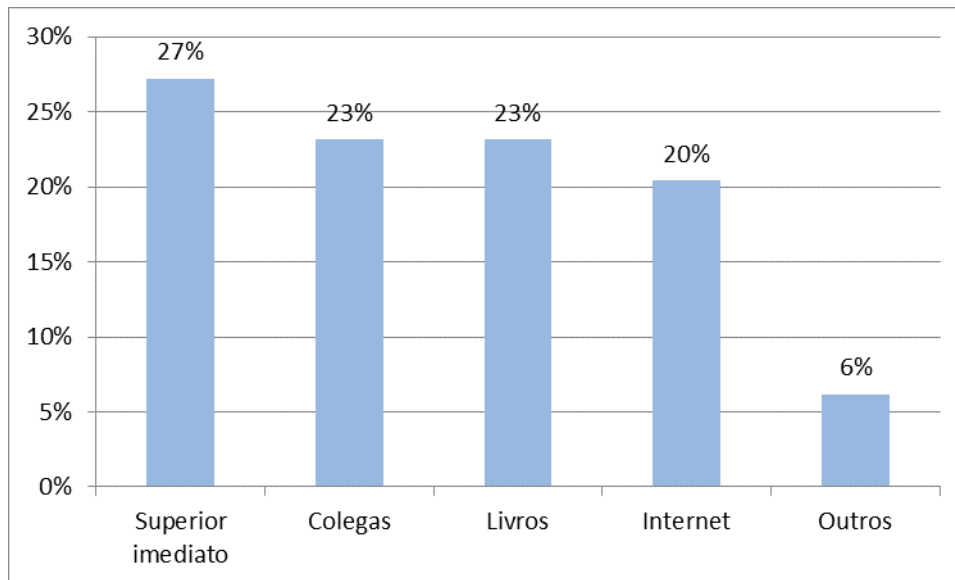


Gráfico 10: Fontes consideradas mais confiáveis.
Fonte: Dados da pesquisa.

Nas respostas mencionadas percebemos novamente a cultura da organização sobre o uso de fontes informais de informação. A fonte mais confiável é o Supervisor imediato, seguido pelos colegas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseado nas análises do capítulo anterior podemos concluir que a presente pesquisa permitiu atingir o objetivo proposto que era entender o comportamento informacional dos colaboradores da Viação Ouro Prata. Foi enriquecedora a experiência de colocar em prática o conteúdo pesquisado, na revisão bibliográfica, na coleta e análise dos dados, e perceber a conexão entre os conteúdos.

Podemos, com a análise, perceber que o comportamento informacional varia de acordo com cada pessoa, pois como Wilson (1996 apud GARCIA, 2007) destacou, envolve questões cognitivas e variáveis intervenientes. Mas na maioria dos casos o comportamento segue um padrão.

Com os resultados percebemos que a empresa utiliza as fontes informais como principal fonte de informação, e ao superior imediato é concedido o título de confiabilidade. Essa questão cultural sofre com a rotatividade, pois as informações da organização ficam retidas aos funcionários. Criar procedimentos documentados padronizaria as atividades e as conservariam na empresa.

Desenvolver um projeto de gestão da informação disponibilizando a informação necessária em um canal confiável e de fácil acesso, otimizaria o trabalho de cada colaborador, pois muitos colaboradores reclamaram da falta de tempo para buscar a informação. Isso demonstra que não existe um lugar único e adequada onde a informação esteja de fácil acesso.

A abordagem qualitativa permitiu reflexões sobre os dados coletados e percebeu a preocupação dos respondentes em buscar informação para a qualificação das atividades realizadas, buscando desta forma, uma melhoria contínua, o qual é um valor enraizado da empresa.

Mediante a presente pesquisa, podemos junto com a organização, desenvolver melhorias sobre as fontes e os canais existentes, pois a informação é de suma importância para a tomada de decisão e o crescimento da empresa.

Este é o papel do arquivista numa visão pós custodial, trabalhar como mediador da informação e do usuário, apresentando melhorias na disseminação e difusão da informação. Uma instituição privada que produz informação orgânica necessita de recurso para gerenciar esse fluxo informacional.

Estudar o comportamento dos usuários na busca por informação torna mais claro quais melhorias devem ser feitas no ambiente informacional, auxilia no entendimento dos processos que envolvem o uso das fontes como ferramenta gerencial e é componente ativo para a tomada de decisão.

Os colaboradores da Viação Ouro e prata possuem um perfil jovem, a maioria está abaixo dos 30 anos, buscam formação acadêmica e estão na empresa a menos de cinco anos. Essa geração está bastante familiarizada com recursos digitais e como mencionaram na pesquisa, utilizam a internet para buscar informação. Constatamos também que conhecem os recursos informacionais da empresa, mas não se sentem seguros na utilização, pois a grande maioria sugeriu mais treinamentos para a utilização dos sistemas e dificuldade na localização da informação.

Esta pesquisa contribui de forma significativa para evidenciar o comportamento dos colaboradores na busca por informação. A empresa poderá valer-se dos resultados para iniciar uma gestão da informação organizacional

REFERÊNCIAS

- ARAUJO, Carlos Alberto Ávila. **Estudos de usuários conforme o paradigma social da ciência da informação**: desafios teóricos e práticos de pesquisa. Londrina, 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/6485/6995>>. Acesso em: 6 de jun. 2015.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Ed. rev. ampl. São Paulo: Edições 70, 2011. 279 p.
- BARROS, Marizeth; BATISTA-DOS-SANTOS, Ana Cristina. Por dentro da autoeficácia: um estudo sobre seus fundamentos teóricos, suas fontes e conceitos correlatos. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 112, set. 2010. Disponível em: <<http://ojs.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/10818/5961>>. Acesso em: 7 nov 2015.
- BATES, Marcia J. **Information behavior**. Encyclopedia of Library and Information Sciences, 3. ed. v. 3, New York, 2010. Disponível em: <<https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/information-behavior.html>>. Acesso em: 14 jun. 2015.
- CALVA GONZÁLES, Juan Jose. **Satisfacción de usuarios**: la investigación Sobre las necesidades de información. México: UNAM, 2009. (Cuadernos de investigación, 11).
- CRESPO, Isabel Merlo. **Um estudo sobre o comportamento de busca e uso de informação de pesquisadores das áreas de biologia molecular e biotecnologia**: impactos do periódico científico eletrônico. Dissertação-(Mestrado em Comunicação)-Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS. Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/4387/000500810.pdf?>>. Acesso em: 9 out. 2015.
- CHOO, ChunWei. **A organização do conhecimento**. São Paulo: SENAC / SÃO PAULO, 2006.
- FIALHO, Janaina; ANDRADE, Maria Eugenia. Comportamento informacional de crianças e adolescentes: uma revisão da literatura estrangeira. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 36, n.1, p. 30-34, jan./apr. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-9652007000100002&script=sci_arttext>. Acesso em: 9 out. 2007.
- FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Estudo de uso e usuários da informação**. Brasília: Ibict, 1994.

FURTADO, R. L.; ALCARÁ, A.R. **Modelos de comportamento informacional**: uma análise de suas características. In: SEMINÁRIO DE ARQUIVOLOGIA E BIBLIOTECONOMIA, 4, Londrina, 2015. Londrina: SAB, 2015. Disponível em: <<https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/seminariodearquivologiaebiblioteconomia/furtado-r.l..pdf>>. Acesso em: 10 out. 2015.

GARCIA, Rodrigo, Moreira. **Modelos de comportamento de busca de informação**: contribuições para a organização da informação. São Paulo, 2007. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/garcia_rm_me_mar.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2015.

GASQUE, Kelley C. G. Dias; COSTA, Sely Maria de Souza. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Revista IBICT**, Brasília, v. 39, 2010. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/1206/1355>>. Acesso em: 27 abr.2015

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Marcio. Abordagem sense-making na Ciência da Informação: uma breve contextualização. **Rev. Dig. Bibl. Ci. Inf.**, Campinas, v.9, n.2, p.1-11, jan. /jun. 2012 Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/508/pdf_14> Acesso: 09 out de 2015.

GONZÁLES-TERUEL, Aurora. **Los estudios de necesidades y usos de la información**: fundamentos y perspectivas actuales. Espanha: [s.n.], 2005.

KUHLTHAU, Carol Collier. O papel da biblioteca escolar no processo de aprendizagem. In: SEMINÁRIO PROMOVIDO PELA ESCOLA DE BIBLIOTECONOMIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS E ASSOCIAÇÃO DOS BIBLIOTECÁRIOS DE MINAS GERAIS, 1998, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 1998. Disponível em: <<http://gebe.eci.ufmg.br/downloads/103.pdf>>. Acesso em: 30 nov de 2015.

MARTÍNEZ-SILVERIA, Martha Silvia; ODDONE, Nanci Elizabeth . **Comportamento Informacional**. Revista IBICT, Brasília, v. 36, 2007. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/797/725>>. Acesso em: 27 abr. 2015.

MASLOW, A. **Introdução à psicologia do ser**. Rio de Janeiro: Eldorado, 1962.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

PINTO, MANUELA. Gestão da informação e preservação digital: uma perspectiva portuguesa de uma mudança de paradigma. In.: CONGRESSO ESPANHOL, 9, 2009, Valencia, **Anais...** Valencia: [s.n.], 2009.

Disponível em:

<http://www.researchgate.net/publication/28289193_Gestao_da_informacao_e_preservacao_digital_uma_perspectiva_portuguesa_de_uma_mudanca_de_paradigma>

Acesso em: 20 nov. 2015

QUADROS, Carolina Machado. **O comportamento informacional**: um estudo com os alunos da pós-graduação do departamento de matemática da UFRGS.

Monografia-(Graduação)-Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS.

Porto Alegre, 2012. Disponível em:

<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/69770/000872483.pdf?sequence=1>>.

Acesso em: 8 nov. 2015.

ROCKEMBACH, Moisés. Difusão em arquivos: uma função

arquivística, informacional e comunicacional. **Informação Arquivística**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, 2015. Disponível em:

<<http://www.aaerj.org.br/ojs/index.php/informacaoarquivistica/article/view/95/55>>

Acesso em: 25 out. 2015.

SANTOS, Lauriane D'Elacqua; BARTALO, Linete. O comportamento informacional dos pesquisadores do IAPAR. In: WORKSHOP DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 3, 2014, Londrina. **Anais...** Londrina: UEL, 2014. Disponível em:

<<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/wpci2014/wpci2014/paper/view/223/128>>

Acesso em: nov 2015.

SILVA, Armando Malheiros. Arquivologia e gestão da informação/conhecimento.

Revista Inf. & Soc, João Pessoa, v.19, n. 2, p. 47-52, maio/ago. 2009. Disponível

em:

SILVA, Marli Vítor da. **O comportamento informacional de advogados**: um estudo com profissionais que atuam na cidade de Marília e região. Marília, 2010. Disponível

em:

<http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bma/33004110043P4/2010/silva_mv_me_mar.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2015.

SOUZA, Layane Marques et al. ISP no arquivo: uma proposta de estudo de estudo de usuários a partir do modelo de Carol Kuhlthau. **Informação Arquivística**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 149-156, jul. /dez. 2014. Disponível em:

<<http://www.aaerj.org.br/ojs/index.php/informacaoarquivistica/article/view/116>>.

Acesso em: 9 out. 2015.

VALENTIM, Maria. Org. **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo,

Editora UNESP. Cultura acadêmica, 2010.

VIAÇÃO OURO E PRATA. **Nossa história**. Porto Alegre: Viação e Ouro e Prata, 2015. Disponível em:

<<http://www.viacaoouroprata.com.br/site/default.asp?TroncoID=707064&SecaID=647350&SubsecaID=0>>. Acesso em: 7 de jun. 2015.

WILSON, T. D. Human information behavior. **Informing Science**, Califórnia, v. 3, n. 2, p. 49-56, 2000. Disponível em: <<http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>> Acesso em: 4 jun. 2015.

WILSON, T.D. Models in information behaviour research. **Journal of Documentation**, v .55, n.3, p. 249-270.1999. Disponível em: <<http://informationr.net/tdw/publ/papers/1999JDoc.html>>. Acesso em: 6 jun. 2015.

APÊNDICE I TERMO DE AUTORIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

Termo de Autorização Institucional

Prezado(a) Senhor(a):

Solicitamos sua autorização para realização de pesquisa na Viação Ouro e Prata, para trabalho de conclusão do curso de Arquivologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, intitulada "Comportamento informacional: um estudo de caso na Viação Ouro e Prata", de autoria da acadêmica Lucimara Gomes e orientado pelo Professor Dr. Moisés Rockembach, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS.

Este projeto tem como objetivo identificar o comportamento informacional dos colaboradores da empresa Viação Ouro e Prata e o procedimento adotado será a aplicação de um questionário.

Espera-se, com esta pesquisa, identificar o perfil comportamental dos colaboradores. Qualquer informação adicional poderá ser obtida através do e-mail lucimaragomes@ymail.com ou do telefone 51-84040181. A qualquer momento, o senhor(a) poderá solicitar esclarecimentos sobre o trabalho que está sendo realizado e os dados obtidos nesta pesquisa serão utilizados na publicação do trabalho de conclusão de curso.

Declaro que fui informado dos objetivos da pesquisa acima e concordo em autorizar a execução da mesma nesta Instituição. Sei que a qualquer momento posso revogar esta autorização, se comprovada atividades que causem algum prejuízo à esta instituição ou ainda, a qualquer dado que comprometa o sigilo da participação dos integrantes desta instituição.

Declaro, também, que não recebi ou receberei qualquer tipo de pagamento por esta autorização.

VIAÇÃO OURO E PRATA S.A.

Responsável Institucional

Cesar Perrenoud
Gerente TI

Professor Responsável

Aluno(a)

Data

Documento em 2 vias:
1ª via instituição
2ª via pesquisador

APENDICE II - QUESTIONÁRIO

1-Qual sua idade?

2-Qual seu grau de escolaridade?

- a) ensino Médio
- b) graduação Incompleta
- c) graduado
- d) pós-graduado

3-Tempo de empresa?

- a) até dois anos
- b) entre 2 e 5 anos
- c) mais de 5 anos
- d) qual seu departamento?

4-Com qual frequência você utiliza o Arquivo setorial da empresa no mês?

- a) nenhuma
- b) 1 a 3 vezes
- c) 3 a 5 vezes
- d) mais de 5 vezes

5-Com qual frequência você utiliza o Arquivo central da empresa no mês?

- a) nenhuma
- b) 1 a 3 vezes
- c) 3 a 5 vezes
- d) mais de 5 vezes

6-Para realizar suas atividades de trabalho, quais as fontes que você utiliza na busca de informação?

- a) superior imediato
- b) colegas

- c) manuais
- d) internet
- e) Intranet
- f) outra (Qual?)

7-Você acha que deveria existir mais treinamentos para a utilização dos recursos de informação da empresa? Entende-se recursos de informação todos os meios de que a empresa disponibiliza informação, Intranet, Qualitor, etc.

- a) sim
- b) não
- c) não conhece os recursos de informação da empresa

8 - Altere a ordem das respostas abaixo (clique e arraste) colocando de acordo com o processo que você realiza, quando sente a necessidade de informação.

1. Busca a informação
2. Seleciona a informação
3. Verifica se a informação é pertinente
4. Relaciona as informações encontradas com outras
5. Descarta a Informação
6. Finaliza a busca

9-Quais os fatores que te motivam a buscar maiores informações para a realização das tuas atividades profissionais?

10-Quais fatores te fazem abandonar a busca por informação sem que tenhas esclarecido todas as tuas dúvidas?

11-Quais as fontes de informações que você considera mais confiáveis?

- a) colegas
- b) superior imediato
- c) internet

- d) Livros
- e) outro (Qual?)

12-Você sente dificuldade em localizar informações para a realização das suas atividades?

- a) sempre
- b) raramente
- c) as vezes
- d) nunca

ANEXO A - ORGANOGRAMA DA EMPRESA

ANEXO A - ORGANOGRAMA DA EMPRESA

Organograma 2016:

