

# Els estudis sobre comportament informativacional: selecció d'exemples

Sílvia Arano Poggi  
Eva Ortoll Espinet

PID\_00222745



*Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>*

# Índex

<b>Introducció.....</b>	<b>5</b>
<b>Objectius.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Millorar els contextos en què les persones duen a terme pràctiques relacionades amb la informació.....</b>	<b>9</b>
1.1. Actituds i percepcions dels docents universitaris en relació amb la iniciativa OpenCourseWare .....	9
1.2. Conducta informacional col·laborativa en grups completament en línia .....	10
1.3. Consumidors de vi mil·lennistes: cerca d'informació i percepció de risc .....	11
1.4. Estudi sobre les actituds i conductes dels investigadors en la gestió de dades de cerca .....	11
1.5. Informació, comunitat i acció: com les ONG fan servir les xarxes socials .....	12
1.6. Les xarxes socials i el seu impacte en la conducta dels consumidors .....	14
1.7. Una perspectiva centrada en l'usuari: el disseny d'un nou esquema de metadades per a videojocs i recursos interactius .....	14
1.8. Què motiva els cercadors de notícies en línia? Selecció de nous ítems en un escenari social de cerca .....	15
<b>2. Dissenyar accions formatives orientades a millorar l'experiència d'informació dels usuaris.....</b>	<b>17</b>
2.1. L'alfabetització informacional a l'inici de la pràctica professional en l'àmbit de la infermeria .....	17
2.2. El compromís dels estudiants en la construcció col·laborativa de coneixement en projectes grupals per a l'alfabetització digital .....	18
2.3. Factors contextuais que afecten l'aprenentatge a Laos i les seves implicacions per a l'educació en alfabetització informacional .....	19
2.4. Fonts d'informació i percepció d'èxit: estudi en empreses de finances corporatives .....	20
2.5. Els mitjans socials com a font d'informació: conductes d'ús i avaluació en estudiants .....	21
2.6. Optimització del comportament informacional mitjançant l'ús d'eines de <i>bookmarking</i> .....	22

<b>3. Millorar el disseny de sistemes i serveis que impliquin pràctiques amb la informació.....</b>	<b>24</b>
3.1. Barreres per a la cerca col·laborativa d'informació en organitzacions .....	24
3.2. Comportament d'informació entre dones joves en contextos vulnerables i inclusió social: el paper dels mediadors socials .....	25
3.3. Comprenent les conductes de cerca i ús d'informació d'arquitectes .....	26
3.4. Comprenent les necessitats i la conducta de cerca d'informació en els usuaris de mòbils .....	27
3.5. La conducta informacional dels historiadors de la família .....	28
3.6. Creant i compartint: les pràctiques informatives dels adolescents en les comunitats digitals .....	29
3.7. Estudi sobre com es comparteix informació a <i>Facebook</i> .....	30
3.8. Estudi sobre necessitats i conductes de cerca i ús d'informació en l'àmbit de la música: resultats preliminars .....	31
3.9. Expectatives i motivacions dels usuaris per a crear col·leccions digitals personals en els llocs web dels museus .....	32
3.10. Incertesa en la cerca i recuperació d'informació: un estudi en un entorn acadèmic .....	33
3.11. Preferències en l'ús de mitjans socials per a buscar i comunicar informació sobre salut i estil de vida .....	34
3.12. Usos socials de la informació personal sobre salut en una comunitat en línia de pacients .....	35
<b>Resum.....</b>	<b>37</b>

## Introducció

En els mòduls "Introducció a la interacció d'humans amb la informació (IHI)" i "Bases teòriques per a estudiar el comportament informacional", hem estudiat les bases conceptuals i teòriques dels estudis sobre comportament informacional des de la perspectiva de les ciències de la informació i la documentació.

Des del mòdul "Introducció a la interacció d'humans amb la informació (IHI)" se'ns alertava sobre la condició interdisciplinària del concepte de *comportament informatiu*, ja que l'estudi de la interacció entre les persones i la informació pot ser analitzat des de múltiples disciplines, com la interacció persona ordinador (IPO), la usabilitat, el treball col·laboratiu assistit per ordinador (CSCW), el comportament del consumidor i la informàtica social, entre d'altres. Lluny de sobreexplotar el camp d'estudi, aquesta condició "fronterera" del concepte de *comportament informacional* obre noves possibilitats per al seu estudi, ja que els investigadors de l'àrea poden enfocar les seves anàlisis des d'una disciplina en concret, per exemple des de les ciències de la informació i la documentació, però enriquir el seu marc teòric o metodologia amb aportacions d'altres disciplines.

El mòdul "Bases teòriques per a estudiar el comportament informacional" té la finalitat de mostrar el canvi que ha tingut en el temps la concepció sobre comportament informacional, des de l'òptica de les ciències de la informació i la documentació. Un breu recorregut pels tres paradigmes del comportament informacional (tradicional, alternatiu i social) ens mostra com han anat evolucionant les idees sobre com concebre, posant l'accent en els sistemes, en les persones o en el context. Els exemples de models teòrics que s'inclouen permeten comprovar que són visions teòriques més properes als investigadors que tenen per finalitat facilitar l'estudi d'un fenomen determinat de la conducta informativa (cerca, ús, adquisició, difusió i informació, etc.).

Tots dos mòduls esmentats anteriorment ajuden el professional de la informació a posicionar-se en l'àmbit del comportament informatiu, encara que aquests coneixements només se situïn en el pla teòric. A partir d'aquests coneixements, plantejar-se la implementació d'un estudi sobre comportament informacional pot semblar una tasca fàcil o difícil depenent de les característiques i experiències personals.

Aquest mòdul té la finalitat de posar en contacte els professionals de la informació amb estudis reals sobre comportament informacional extrets de la bibliografia especialitzada. Es presenta una selecció d'exemples, destacables pel marc d'anàlisi proposat, la metodologia emprada, els usuaris estudiats, els contextos establerts, les tecnologies emprades, etc. Els exemples es poden utilitzar com a guia o referent per als professionals de la informació que es proposin

implementar un estudi sobre comportament informacional en el seu lloc de treball, com a tasca acadèmica assignada, o simplement per comprendre millor com ens relacionem les persones amb la informació.

Els exemples d'aquest mòdul guia busquen reflectir les tendències en la investigació actual en conducta informativa, però som conscients que constitueix una fotografia en el temps, ja que sorgiran nous temes, tecnologies, contextos, etc. a estudiar que s'haurien de tenir en compte en un futur.

El contingut del mòdul s'organitza en tres grans apartats que es corresponen amb aplicacions derivades de l'estudi del comportament informacional, tal com es desenvolupen en el mòdul "Introducció a la interacció d'humans amb la informació (IHI)":

"a) Millorar els contextos en què les persones duen a terme pràctiques relacionades amb la informació (a partir de canvis organitzacionals o socials, per exemple, establir una política concreta d'arxivament de documents en núvol, o d'edició i obtenció d'informació a la intranet de la feina, idear pràctiques i pautes en el marc d'un treball col·laboratiu, etc.).

b) Dissenyar accions formatives orientades a millorar l'experiència d'informació dels usuaris (per exemple, els tradicionals cursos d'alfabetització informacional en biblioteques, els de capacitat digital a les empreses o centres educatius, etc.).

c) Millorar el disseny de sistemes i serveis que impliquen pràctiques amb la informació (per exemple, millorar l'oferta i disposició de continguts que ofereix als usuaris, l'arquitectura d'informació d'un lloc web, la precisió en la recuperació de la informació d'un motor de cerca, etc.)" (Ortoll i Arano, 2015).

En cada un dels apartats s'inclouen una quantitat variable d'articles, dels quals es presenta la informació següent:

- **Títol descriptiu:** no sempre coincideix exactament amb el títol del treball.
- **Síntesi de contingut:** descriu breument cada treball sintetitzant l'objectiu de l'estudi, el marc teòric d'anàlisi, la metodologia utilitzada i els resultats.
- **Referència bibliogràfica:** citació del treball seleccionat.
- **Tasques de reflexió:** són preguntes i enunciats per a orientar la lectura i assimilació dels diferents treballs ressenyats. Cal la lectura de l'article o treball complet per a fer-les.
- **Bibliografia complementària:** referències bibliogràfiques seleccionades de la bibliografia de l'article, de les quals es recomana la lectura per a aprofundir en el tema del treball. Poden ser útils per a aprofundir en el contingut d'un model teòric determinat, però també per a aclarir conceptes afins, altres perspectives d'estudi, aplicació d'una determinada tècnica, etc.

#### Nota

Us convidem a contribuir amb aquesta selecció d'articles fent-nos arribar nous materials sobre estudis de comportament informacional. Un cop rebuts els avaluarem i els incorporarem en futures versions del material o en addendes a aquest.

No es requereix la lectura de tots els articles inclosos en la selecció. No obstant això, en cas de proposar-se la implementació d'un estudi sobre comportament informacional es recomana seleccionar un dels apartats, d'acord amb la seva finalitat, i procedir amb la lectura de l'article o articles que puguin servir com a referent per a planificar l'estudi en qüestió.

## **Objectius**

- 1.** Conèixer les diverses aplicacions dels estudis sobre conducta informativa.
- 2.** Distingir el que implica l'establiment d'un marc teòric d'anàlisi per als estudis sobre comportament informacional.
- 3.** Reconèixer les diferents tècniques d'investigació que s'utilitzen en aquests estudis.
- 4.** Promoure el raonament analògic: a partir de la lectura dels articles i les guies de contingut i reflexió poder reproduir, emular o adaptar les experiències relatades en articles, comunicacions o projectes amb diferents usuaris, tècniques similars o en altres àmbits temàtics.



# 1. Millorar els contextos en què les persones duen a terme pràctiques relacionades amb la informació

## 1.1. Actituds i percepcions dels docents universitaris en relació amb la iniciativa OpenCourseWare

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és conèixer les actituds envers l'OpenCourseWare (OCW) dels professors de ciències de la salut de la Universitat de València, i analitzar-ne les percepcions pel que fa a la integració de l'OCW amb el procés d'ensenyament/aprenentatge. La finalitat és el disseny d'estratègies que n'impulsin la utilització.

**Marc d'anàlisi:** teoria de la difusió de les innovacions de Rogers (2003), del camp de la sociologia. Des d'aquesta perspectiva, els OCW són innovacions tecnològiques i educatives, però també informatives, en les quals els docents són l'usuari principal, ja que són els generadors de contingut que després compartiran amb fins didàctics.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és entrevista semiestructurada. L'entrevista es guia per un guió previ d'acord amb els objectius de l'estudi, se sol·licita autorització institucional, i també abans de començar cada entrevista, el consentiment per escrit i signat dels informants.

**Resultats:** es detecten dos grans grups de docents d'acord amb la predisposició a participar en l'OCW: adoptants primerencs (majoria precoç, primers adoptants) i corrent principal (tradicionals, majoria tardana). El primer grup, els primers adoptants, té una alta predisposició a participar en l'OCW, i requereix programes formatius per a potenciar el seu paper com a líders d'opinió i difusors de la innovació. En el segon grup, els tradicionals, són més reticents a participar en l'OCW, raó per la qual els programes formatius s'haurien d'orientar a la sensibilització, formació i foment de l'autoeficàcia.

### Tasques de reflexió

- 1) Què són els OCW?
- 2) Quines són les característiques d'una entrevista semiestructurada?
- 3) Proposa una acció formativa destinada als professors "primers adoptants".
- 4) Proposa una acció formativa destinada als professors "tradicionals".

### Bibliografia complementària

Gadd, E.; Loddington, S.; Oppenheim, C. (2007). "A comparison of academics' attitudes towards the rights protection of their research and teaching materials". *Journal of Information Science* (vol. 33, núm. 6, pàg. 686-701).

### Referència bibliogràfica

L. Margaix-Fontestad; A. González-Teruel; M. F. Abad-García (2014). "Actitudes y percepciones de los docentes universitarios en el proceso de adopción de una innovación. La iniciativa OpenCourseWare en la Universidad de Valencia (España)". *Transinformação* (vol. 26, núm. 2, pàg.133-141). doi:10.1590/0103-3786201400200003

Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations* (5a. ed.). Nova York: Free Press.

Santos-Hermosa, G.; Ferran-Ferrer, N.; Abadal, E. (2012). "Recursos educativos abiertos: repositorios y uso". *El Profesional de la Información* (vol. 21, núm. 2, pàg. 136-145).

## 1.2. Conducta informacional col·laborativa en grups completament en línia

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és identificar algunes pràctiques informacionals col·laboratives específiques dels grups completament en línia (COG) en entorns virtuals d'aprenentatge.

**Marc d'anàlisi:** es relaciona el comportament informacional col·laboratiu en general segons el model de Karunakaran, Reddy i Spence (2013) i amb les aportacions de Goggins i Erdelez (2010) sobre els grups completament en línia.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és es proposa una metodologia mixta, en què s'analitzen els grups per mitjà d'entrevistes semiestructurades als seus membres, i un qüestionari en línia individual sobre les experiències de treball en grup.

**Resultats:** apunten que el comportament informacional col·laboratiu en els COG se sustenta en l'existència d'una plataforma tecnològica que permeti la interacció entre els seus integrants i la creació de diferents recursos d'informació. Això és un element central en l'estructuració de les pràctiques col·laboratives dels COG. També s'identifica que la conducta informacional col·laborativa dels COG no es pot separar dels factors socials que afecten qualsevol dinàmica de grup (compromís, lideratge, comunicació, etc.).

### Tasques de reflexió

- 1) Quantes fases distingeix el model teòric de Karunakaran, Reddy i Spence?
- 2) S'han pogut aplicar les dues tècniques d'investigació proposades? Desenvolpeu la vostra resposta.
- 3) Com s'escull la mida de la mostra? Es podria haver fet de diferent manera?
- 4) Com penseu que els resultats de l'estudi es podrien aplicar en la millora del disseny de les aules virtuals?
- 5) Reflexioneu sobre altres aplicacions que podrien tenir els resultats de l'estudi.

### Bibliografia complementària

Goggins, S.; Erdelez, S. (2010). "Collaborative Information Behavior in Completely Online Groups". A: J. Foster (ed.). *Collaborative Information Behavior: user engagement and communication sharing* (pàg. 109-126). Hershey: Information Science Reference.

Karunakaran, A.; Reddy, M. C.; Spence, P. R. (2013). "Toward a model of collaborative information behavior in organizations". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (vol. 64, núm. 12, pàg. 2437-2451). doi:10.1002/asi.22943

### Referència bibliogràfica

O. Hernández Pérez (2014). *Conducta informacional col·laborativa en grups completament en línia: estudio de caso en las aulas del Campus Virtual de la UOC* [treball final de màster]. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. <http://hdl.handle.net/10609/39221> [Data de consulta: 30 de gener de 2015]

### 1.3. Consumidors de vi mil·lennistes: cerca d'informació i percepció de risc

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és investigar comparativament, entre consumidors de vi mil·lennistes i de més edat, l'ús d'informació de productes per a reduir el risc de prendre males decisions de compra. Es denominen *mil·lennistes* les persones nascudes en els anys propers a l'any 2000.

**Marc d'anàlisi:** es descriuen les característiques del vi com a producte de consum. Els consumidors es veuen obligats a confiar en característiques externes, com la marca o l'envàs, per a avaluar-ne la qualitat, ja que és impossible conèixer-la abans del consum. Això obliga el consumidor a buscar informació per a avaluar la decisió de compra. La compra de vi es percep com a risc quan el resultat de la compra pot ser insatisfactori (perquè no es coneix el vi) i com un benefici quan el resultat ha estat satisfactori (atorga reconeixement social).

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és enquesta en línia. L'estudi es fa amb 409 participants que han estat reclutats per l'empresa especialitzada en enquestes Survey Sampling International.

**Resultats:** mostren que els mil·lennistes usen tècniques de cerca d'informació diferents de les dels consumidors de més edat, per exemple prefereixen consultar l'opinió d'amics o familiars presencialment o per telèfon, la qual cosa està d'acord amb els valors de col·laboració i relació en xarxes que distingeix aquesta generació.

#### Tasques de reflexió

- 1) Quines són les característiques dels mil·lennistes com a consumidors?
- 2) Es podria haver aplicat una altra tècnica d'investigació, quina?
- 3) Penseu com es podrien traduir els resultats en una estratègia de publicació de continguts per a fomentar les vendes de vi.
- 4) Us sembla que un professional de la informació podria fer aquest tipus d'estudi? Us faltaria algun tipus de coneixement, quin?

### 1.4. Estudi sobre les actituds i conductes dels investigadors en la gestió de dades de cerca

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és descriure les pràctiques dels professors investigadors en la gestió de les dades primàries de cerca en un entorn universitari. Tot i que els professors de la universitat analitzada creuen que estan ben informats sobre la gestió de les dades de cerca, en la pràctica no fan ús dels mètodes adequats per a la reutilització i preservació de les seves dades.

#### Referència bibliogràfica

T. Atkin; L. Thach (2012). "Millennial wine consumers: Risk perception and information search". *Wine Economics and Policy* (núm.1, pàg. 54-64). doi:10.1016/j.wep.2012.08.002

#### Bibliografia complementària

Barber, N.; Almanza, B.; Donovan, J. (2006). "Motivational factors of gender, income and age on selecting a bottle of wine". *International Journal of Wine Marketing* (vol. 18, núm. 3, pàg. 218-232).

Chaney, I. (2000). "External search effort for wine". *International Journal of Wine Marketing* (vol. 12, núm. 3, pàg. 5-15).

Henley, C.; Fowler, D.; Yuan, J.; Stout, B.; Goh, B. (2011). "Label design: impact on millennials' perceptions of wine". *International Journal of Wine Business Research* (vol. 23, núm. 1, pàg. 7-20).

**Marc d'anàlisi:** s'enfoca l'estudi des de la perspectiva de la gestió de dades primàries de recerca (*data curation*) a les biblioteques universitàries (especialment en repositoris institucionals), i la seva relació amb les pràctiques científiques mediatitzades per les noves tecnologies (*e-science*).

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és enquesta en línia. Es compon de divuit preguntes sobre les pràctiques i conductes (actuals i passades) en relació amb la gestió de les dades d'investigació, i les opinions i actituds que es tenen respecte a les bones pràctiques de gestió de dades de cerca promogudes per la biblioteca de la universitat. Es pregunta sobre les actituds i comportament en relació amb tres àrees específiques de la gestió de dades de cerca: conservació, intercanvi i necessitats educatives.

**Resultats:** els investigadors reconeixen la necessitat d'informar-se millor sobre la gestió de dades de cerca i estan receptius a tenir més instàncies formatives. No obstant això, no perceben les biblioteques universitàries com una font d'informació amb experiència en la gestió de dades, o com el millor lloc per a preservar-les.

### Tasques de reflexió

- 1) Per què preservar les dades d'investigació és important per als professors dedicats a la investigació?
- 2) Quina és l'actitud dels investigadors enfront de les polítiques de gestió de dades de cerca de la biblioteca?
- 3) Com pot ajudar la realització de l'estudi a millorar la política de gestió de dades de cerca de la universitat?
- 4) Penseu una acció formativa que es podria dur a terme amb els investigadors per a promoure les bones pràctiques en la gestió de les dades d'investigació.

### Bibliografia complementària

Soehner, C.; Steeves, C.; Ward, J. (2010). *E-Science and Data Support Services: A Study of ARL Member Institutions*. Washington, D. C.: Association of Research Libraries.

<http://www.arl.org/storage/documents/publications/escience-report-2010.pdf> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Witt, M. (2009, 4 de juny). "Eliciting Faculty Requirements for Research Data Repositories". A: *Meeting of the 4th International Conference on Open Repositories, Georgia Tech, Atlanta, Ga.*

<http://hdl.handle.net/1853/28509> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

## 1.5. Informació, comunitat i acció: com les ONG fan servir les xarxes socials

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és saber com s'utilitza el *microblogging* (*Twitter*) en les organitzacions sense ànim de lucre (ONG).

### Referència bibliogràfica

J. M. Scaramozzino; M. L. Ramírez; K. J. McGaughey (2012). "A Study of Faculty Data Curation Behaviors and Attitudes at a Teaching-Centered University". *College and Research Libraries* (vol. 73, núm. 4, pàg. 349-365). doi: 10.5860/crl-255

**Marc d'anàlisi.** Es presenta una revisió bibliogràfica sobre el paper de les xarxes socials com a canals de la comunicació organitzacional, per mitjà de les quals es fomenta la participació, el diàleg i la interacció amb els usuaris i el públic en general.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'anàlisi inductiva. Es recullen els missatges de *Twitter* de setanta-tres comptes d'ONG durant dos mesos de l'any 2009. S'obtenen 4.655 tuits que són emmagatzemats en una base de dades per al seu tractament i anàlisi posteriors. Es fa l'anàlisi en dos nivells: els tuits i les ONG que els emeten.

**Resultats.** Si analitzem els tuits, aquests s'agrupen en tres categories funcionals que representen per a què s'emeten: informació, comunitat i acció. Informació és la funció bàsica de *Twitter*, implica la difusió d'informació sobre l'organització, les seves activitats, etc. La segona funció, de comunitat, agrupa tuits que promouen la interactivitat i el diàleg per fomentar la participació. La tercera funció, que anomenem *acció*, té com a objectiu aconseguir seguidors per a "fer alguna cosa" per a l'organització, tant si és per a donar, com per a comprar un producte, assistir a un esdeveniment, unir-se a un moviment o llançar una protesta. En l'àmbit de les organitzacions, les ONG es classifiquen segons els patrons d'ús de *Twitter* en relació amb la funció establerta en l'anàlisi 1. Es van identificar tres tipus d'organització: fonts d'informació, creadors de comunitat i promotors/activistes. La majoria de les ONG actuen com a fonts d'informació, ja que es fa un ús informatiu de *Twitter*.

### Tasques de reflexió

- 1) Com es relacionen els consumidors en les xarxes socials?
- 2) Definiu la tècnica de mostreig "bola de neu".
- 3) Penseu com es podrien traduir els resultats en una estratègia de publicació de continguts a les xarxes socials per a fomentar les vendes d'una empresa.
- 4) Us sembla que un professional de la informació podria fer aquest tipus d'estudi? Us faltaria algun tipus de coneixement? Quin?

### Bibliografia complementària

Briones, R. L.; Kuch, B.; Liu, B.; Jin, Y. (2011). "Keeping up with the digital age: How the American Red Cross uses social media to build relationships". *Public Relations Review* (núm. 37, pàg. 37-43). doi:10.1016/j.pubrev.2010.12.006

Jansen, B.; Zhang, M.; Sobel, K.; Chowdury, A. (2009). "Twitter power: Tweets as electronic word of mouth". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (núm. 60, pàg. 2169-2188). doi: 10.1002/asi.21149

Quan-Haase, A.; Cothrel, J.; Wellman, B. (2005). "Instant messaging for collaboration: A case study of a high-tech firm". *Journal of Computer-Mediated Communication* (núm. 10). doi: 10.1111/j.1083-6101.2005.tb00276.x

### Referència bibliogràfica

Lovejoy, K.; Saxton, G. D. (2012). "Information, Community, and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media". *Journal of Computer-Mediated Communication* (núm. 17, pàg. 337-353). doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x

## 1.6. Les xarxes socials i el seu impacte en la conducta dels consumidors

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és estudiar la influència de les xarxes socials en la decisió de compra dels usuaris.

**Marc d'anàlisi.** S'aborda el paper de les xarxes socials com a canal d'informació utilitzat tant per les empreses per a desenvolupar estratègies de màrqueting comunicant-se amb els clients, com pels mateixos usuaris, que es relacionen directament amb les empreses o amb altres usuaris compartint opinions, recomanacions, etc.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta en línia. Es van recollir 116 respostes, a partir d'una mostra conformada per la tècnica de "bola de neu".

**Resultats.** Mostren que les xarxes socials tenen un paper influent en el comportament dels consumidors en un entorn virtual, sobretot quan el consumidor està a punt de fer una compra i és més sensible a l'exposició de missatges en què es proporciona informació sobre el ítem que vol comprar.

### Tasques de reflexió

- 1) Com es relacionen els consumidors en les xarxes socials?
- 2) Definiu la tècnica de mostreig "bola de neu".
- 3) Penseu com es podrien traduir els resultats en una estratègia de publicació de continguts a les xarxes socials per a fomentar les vendes d'una empresa.
- 4) Us sembla que un professional de la informació podria fer aquest tipus d'estudi? Us faltaria algun tipus de coneixement? Quin?

### Bibliografia complementària

Mersey, R.; Davis, Malthouse E.; Calder, B. (2010). "Engagement with Media". *Journal of Media Business Studies* (vol. 7, núm. 2, pàg. 39 -56).

Kaplan; A.; Haenlein, M. (2010). "Users of the world unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* (núm. 53, pàg. 59-68). doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

Shin, S. (2008). "Understanding purchasing behaviors in a virtual economy: Consumer behavior involving virtual currency in Web 2.0 communities". *Interacting with Computers* (núm. 20, pàg. 433-446). doi:10.1016/j.intcom.2008.04.001

## 1.7. Una perspectiva centrada en l'usuari: el disseny d'un nou esquema de metadades per a videojocs i recursos interactius

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és crear un esquema de metadades i vocabulari controlat per a representar informació sobre videojocs.

### Referència bibliogràfica

Ioană, E.; Stoica, I. (2014). "Social Media and its Impact on Consumers Behavior". *International Journal of Economic Practices and Theories* (vol. 4, núm. 2, pàg. 2247-7225).

[http://www.ijept.org/index.php/ijept/article/view/Social\\_Media\\_and\\_its\\_Impact\\_on\\_Consumers\\_Behavior](http://www.ijept.org/index.php/ijept/article/view/Social_Media_and_its_Impact_on_Consumers_Behavior)  
[Data de consulta: 30 de gener de 2015].

**Marc d'anàlisi.** Es proposa l'organització del coneixement en general, i els inconvenients que presenta la catalogació i tematització de materials no textuals.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és la combinació d'anàlisi de domini, entrevistes en profunditat i un disseny centrat en l'usuari. L'anàlisi de domini es basa en la revisió de dades empíriques sobre com la comunitat de jugadors descriu els videojocs (llocs web i catàlegs comercials especialitzats). Les entrevistes es van fer a jugadors per a saber el que signifiquen els videojocs per a ells, com els busquen, obtenen, avaluen, en quin tipus d'informació es basen per fer aquestes accions, etc. El disseny centrat en l'usuari va utilitzar la tècnica de tipificar usuaris, amb diferents característiques, a partir dels quals es van determinar perfils de conductes i necessitats informatives per a grups d'usuaris.

**Resultats.** Es crea un esquema de metadades específic per a videojocs amb un conjunt bàsic de setze metadades, i un conjunt estès de quaranta-sis elements. El vocabulari controlat encara està en procés.

### Tasques de reflexió

- 1) Què s'investiga amb l'anàlisi de domini?
- 2) Quines són les característiques del disseny centrat en l'usuari?
- 3) En quins altres contextos es podria fer un estudi similar?

### Bibliografia complementària

Hjørland, B. (2002). "Domain analysis in information science. Eleven approaches - traditional as well as innovative". *Journal of Documentation* (vol. 58, núm. 4, pàg. 422-462). doi: 10.1108/00220410210431136

King, D.; Delfabbro, P.; Griffiths, M. (2010). "Video game structural characteristics: A new psychological taxonomy". *International Journal of Mental Health and Addiction* (vol. 8, núm. 1, pàg. 90-106). doi: 10.1007/s11469-009-9206-4

Tonkin, E. (2007). "A user-centered approach to metadata design". A: *Proceedings of the 11th European Conference on Digital Libraries (ECDL)*. Budapest, Hongria.

<http://www.cs.bris.ac.uk/Publications/Papers/2000693.pdf> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

## 1.8. Què motiva els cercadors de notícies en línia? Selecció de nous ítems en un escenari social de cerca

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és saber simular una situació de cerca d'informació amb un propòsit social, per a entendre com la dimensió social influeix en la cerca i selecció d'informació.

### Referència bibliogràfica

Lee, J. A.; Cho, H.; Fox, V.; Perti, A. (2013). "User-centered approach in creating a metadata schema for video games and interactive media". A: *JCDL '13 Proceedings of the 13th ACM/IEEE-CS joint conference on Digital libraries, ACM New York, NY, USA* (pàg. 229-238).doi: 10.1145/2467696.2467702

**Marc d'anàlisi.** Es proposa la teoria d'usos i gratificacions (*uses and gratifications theory*, UGT) de l'àmbit de la comunicació per a guiar l'anàlisi de les motivacions dels participants en la selecció de les notícies en línia. La teoria assumeix que una audiència de notícies activa i *propositiva* utilitza els mitjans de comunicació per a complir amb necessitats psicològiques i socials.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'anàlisi de transaccions (*logs*) i l'entrevista retrospectiva. S'ha portat a terme un quasiexperiment en el qual s'ha demanat als participants interactuar amb un lloc web de notícies en línia i seleccionar articles que serien adequats per a compartir en un entorn social. Per a situar l'experiència de lectura de notícies, s'ha utilitzat un escenari simulat de tasca de treball (Borlund, 2003).

**Resultats.** Apunten que cal considerar quines necessitats no utilitàries i socials, com l'entreteniment, poden incidir en el comportament informatiu.

### Tasques de reflexió

- 1) Per què la teoria d'usos de gratificacions és adequada per a l'estudi d'entorns en línia?
- 2) En quins altres escenaris es podria aplicar l'anàlisi de transaccions web?
- 3) Busqueu una definició d'*entrevista retrospectiva*.
- 4) En quins altres contextos es podria fer un estudi anàleg al presentat en aquest article?

### Bibliografia complementària

**Borlund, P.** (2003). "The IIR evaluation model: a framework for evaluation of interactive information retrieval systems". *Information Research* (núm. 8, pàg. 3).

<http://informationr.net/ir/8-3/paper152.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

**Ruggiero, T. E.** (2000). "Uses and gratifications theory in the 21st century". *Mass Communication and Society* (vol. 3, núm. 1, pàg. 3-37).

### Referència bibliogràfica

H. L. O'Brien; L. Freund; S. Westman (2014). "What motivates the online news browser? News item selection in a social information seeking scenario". *Information Research* (núm. 19, pàg. 3).  
<http://InformationR.net/ir/19-3/paper634.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].



## 2. Dissenyar accions formatives orientades a millorar l'experiència d'informació dels usuaris

### 2.1. L'alfabetització informacional a l'inici de la pràctica professional en l'àmbit de la infermeria

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és descriure el comportament de cerca d'informació dels estudiants d'infermeria i el personal d'infermeria graduat recentment en el context de la seva pràctica clínica.

**Marc d'anàlisi.** Com a marc teòric d'anàlisi es fa referència a la conceptualització de l'alfabetització informacional, i es descriuen els indicadors de competències informàtiques i informacionals requerides en la formació de personal d'infermeria. També es fa una revisió de la literatura dels estudis anteriors sobre aquesta temàtica.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta en línia per a avaluar l'accés i l'ús de fonts i recursos d'informació en el marc de la pràctica clínica, diferenciada segons fossin estudiants avançats o personal d'infermeria graduat. Els caps d'infermeria i el personal de biblioteca han participat en entrevistes qualitatives orientades a verificar l'abast i disponibilitat dels recursos d'informació.

**Resultats.** Mostren que els comportaments de cerca d'informació dels acabats de graduar poden diferir dels del personal d'infermeria amb més experiència. Si bé els recursos interpersonals continuen essent importants, les fonts d'informació i els recursos electrònics són utilitzats amb més freqüència pel personal d'infermeria acabat de graduar per a donar suport a les decisions sobre l'atenció al pacient.

#### Tasques de reflexió

- 1) Quin és el concepte d'*alfabetització informacional* que proposa l'article?
- 2) Quines són les destreses relacionades amb la informació que es requereixen dels graduats en infermeria al Canadà?
- 3) Com es podrien traduir els resultats de l'estudi en un programa formatiu orientat a les destreses informacionals?
- 4) Seria possible imitar l'estudi en altres professions? Tant si la resposta és positiva com negativa elaboreu els vostres arguments.

#### Bibliografia complementària

American College of Research Libraries (2010). *Information literacy standards for higher education*.

#### Referència bibliogràfica

O. Wahoush; L. Banfield (2014). "Information literacy during entry to practice: Information-seeking behaviors in student nurses and recent nurse graduates". *Nurse Education Today* (vol. 34, núm. 2, pàg. 208-213). doi: 10.1016/j.nedt.2013.04.009

<http://www.ala.org/acrl/standards/informationliteracycompetency> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

**Campbell, C. J.; McDowell, D. E.** (2011). "Computer literacy of nurses in a community hospital: where are we today?" *Journal of Continuing Education in Nursing* (núm. 42, pàg. 365-370).

**McGowan, J. L.; Grad, R.; Pluye, P.; Hannes, K.; Deane, K.; Labrecque, M.; Welch, V.; Tugwell, P.** (2009). "Electronic retrieval of health information by healthcare providers to improve practice and patient care". *Cochrane Database of Systematic Reviews* (núm. 8, pàg. 3), CD004749.

**Nayda, R.; Rankin, E.** (2008). Information literacy skill development and life long learning: exploring nursing students' and academics' understandings. *Australian Journal of Advanced Nursing Studies* (vol. 26 núm. 2, pàg. 27-33).

## 2.2. El compromís dels estudiants en la construcció col·laborativa de coneixement en projectes grupals per a l'alfabetització digital

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és conèixer com els estudiants d'educació secundària treballen en grup en una tasca basada en l'escriptura assignada per a desenvolupar l'alfabetització informacional. Es mostren els patrons generals de col·laboració en la cerca i avaluació d'informació, consulta de fonts d'informació, planificació del contingut, escriptura del text final i desenvolupament d'estratègies de treball en grup.

**Marc d'anàlisi.** Està vinculat a l'enfocament basat en tasques de la cerca i recuperació d'informació (Ingwersen i Järvelin, 2005; Vakkari, 2003). Els projectes d'aprenentatge són tasques amb una funció específica, ja que estan dissenyades per a orientar els estudiants en la pràctica de les formes adequades de cerca i ús d'informació. L'enfocament basat en tasques més de prestar atenció en la cerca i ús d'informació també es preocupa per analitzar la tasca subjacent.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'entrevista. Les entrevistes s'han fet en dos moments diferents: durant les classes, quan els grups estaven treballant en el projecte assignat, però també al final del curs de l'assignatura.

**Resultats.** Pocs grups d'estudiants van col·laborar en totes les activitats (planificació del treball, cerca d'informació, accés i lectura de fonts, i escriptura del treball final). Altres grups van tenir una cooperació poc coordinada en les activitats de lectura i escriptura. Prop de la meitat dels grups van dividir l'activitat d'escriptura en textos individuals de responsabilitat personal, la qual cosa va resultar en un treball final poc coherent.

### Tasques de reflexió

- 1) Quines serien les preguntes de cerca adequades segons els objectius de cerca declarats en l'article?
- 2) Es podria proposar una altra tècnica de recollida de dades complementària a l'entrevista? Tant si la resposta és positiva com negativa argumenteu sobre el perquè.

### Referència bibliogràfica

**E. Sormunen; M. Tanni; J. Heinström** (2013). "Students' immersion in collaborative knowledge construction in group assignments for information literacy". *Information Research* (núm. 18, pàg. 3).  
<http://InformationR.net/ir/18-3/colis/paperC40.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

3) Reflexioneu sobre les característiques que tindria aquest estudi si s'hagués fet analitzant estudiants de primària.

4) Com es podrien traduir els resultats de l'estudi en pautes per a orientar l'alfabetització informacional?

### Bibliografia complementària

Ingwersen, P.; Järvelin, K. (2005). *The Turn: Integration of Information Seeking and Retrieval in Context*. Dordrecht: Springer.

Vakkari, P. (2003). "Task-based information searching". *Annual Review of Information Science and Technology* (vol. 37, núm. 1, pàg. 413-464). DOI: 10.1002/aris.1440370110

## 2.3. Factors contextuais que afecten l'aprenentatge a Laos i les seves implicacions per a l'educació en alfabetització informacional

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és mostrar que els factors contextuais han de ser considerats en el moment de planificar una formació en alfabetització informacional d'acord amb la cultura local.

**Marc d'anàlisi.** Relacionat amb la conceptualització de l'alfabetització informacional i de les dimensions culturals proposades per Geert Hofstede.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'observació i l'entrevista. L'estudi es fa a quatre escoles d'educació primària de Laos (urbanes i rurals), on s'entrevisten els mestres i es fan observacions durant les visites.

### • Resultats.

Mostren que els factors contextuais, incloent-hi les normes culturals locals, la manca de recursos adequats i la mida de les classes, tenen un paper important en com els mestres es plantegen l'ensenyament a l'aula. Els mestres recorren als seus coneixements locals per entendre com el context local afecta l'ensenyament i l'aprenentatge a les seves escoles, i utilitzen el coneixement indígena aportat pels ancians, els pares dels estudiants i altres persones dins de la comunitat com un mitjà per a superar les deficiències de recursos. Els autors sostenen que, tant a Laos com en altres països en vies de desenvolupament amb característiques similars, no és possible utilitzar el mateix concepte d'*alfabetització informacional* que es té als països desenvolupats, on generalment es fa èmfasi en l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació, i els recursos multimèdia.

### Tasques de reflexió

1) Quines són les dimensions contextuais proposades per Hofstede i utilitzades en l'estudi?

2) Què penseu sobre l'adequació de les tècniques d'investigació utilitzades (entrevista i observació)? Se'n podrien haver utilitzat d'altres? Quines?

3) Podria aplicar-se un estudi d'aquest tipus per a millorar l'oferta d'alfabetització informacional, per exemple en biblioteques públiques? Argumenteu la resposta.

### Referència bibliogràfica

Dorner, D. G.; Gorman, G. E. (2011). "Contextual factors affecting learning in Laos and the implications for information literacy education". *Information Research* (núm. 16, pàg. 2).

<http://www.informationr.net/ir/16-2/paper479.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

### Bibliografia complementària

Eisenberg, M. B. (2008). "Information literacy: essential skills for the information age". *Journal of Library & Information Technology* (vol. 28, núm. 2, pàg. 39-47).

<http://studystream.org/upload/data/6/Essential%20Skills%20for%20the%20Information%20Age.pdf> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2a ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Horton, F. W. (2007). *Understanding information literacy: a primer*. París: Unesco

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

## 2.4. Fonts d'informació i percepció d'èxit: estudi en empreses de finances corporatives

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és investigar la percepció d'èxit i com es relaciona amb la conducta d'ús de fonts d'informació dels professionals de les finances corporatives.

**Marc d'anàlisi.** Es considera l'ús de fonts com a part del comportament informacional en general (Ellis, 1989; Wilson, 1999; etc.). A més, es fa una revisió d'articles que identifiquen les particularitats quant a l'ús d'informació en empreses i professionals dedicats a les finances corporatives. També es revisen articles sobre la percepció de l'èxit.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta en línia. L'estudi es fa amb professionals que treballen en activitats relacionades amb finances corporatives

**Resultats.** S'identifica que la percepció de l'èxit està relacionada amb les fonts d'informació utilitzades. Tant per als treballadors com per a les empreses, les fonts d'informació utilitzades serveixen com a indicadors d'èxit a la feina. Les empreses poden recomanar i guiar els professionals en l'ús d'una font d'informació en particular que per a elles té més possibilitats d'incidir en l'èxit dels treballadors. Les percepcions d'èxit individuals però també les corporatives són rellevants en la planificació de serveis d'informació i programes de formació en alfabetització informacional dels professionals de les finances corporatives.

### Tasques de reflexió

- 1) Quines són les particularitats dels professionals de les finances corporatives com a usuaris d'informació?
- 2) Com es tracten les dades obtingudes de les enquestes?
- 3) Com es podrien aplicar els resultats en un programa de formació en alfabetització informacional per a professionals de les finances corporatives?

### Referència bibliogràfica

I. Huvila (2010). "Information Sources and Perceived Success in Corporate Finance". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (vol. 61, núm. 11, pàg. 2219-2229). doi: 10.1002/asi.21387

### Bibliografia complementària

Ellis, D. (1989). "A behavioural model for information retrieval system design". *Journal of Information Science* (vol. 15, núm. 4/5, pàg. 237-247)

Peluchette, J. V.; Jeanquart, S. (2000). "Professionals' use of different mentor sources at various career stages: Implications for career success". *Journal of Sociology Psychology* (vol. 140, núm. 5, pàg. 549-564).

Wilson, T. D. (1999). "Models in Information Behavior Research". *Journal of Documentation* (vol. 55, núm. 3, pàg. 249-70).

## 2.5. Els mitjans socials com a font d'informació: conductes d'ús i avaluació en estudiants

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és conèixer com i per què s'utilitzen els mitjans socials com a fonts d'informació. També s'analitzen les accions que duen a terme els usuaris per avaluar la fiabilitat de la informació proporcionada en els mitjans socials.

**Marc d'anàlisi.** S'esmenten autors que treballen el concepte de *mitjans socials* com a font d'informació, però no es fa referència a cap marc teòric en concret sobre la conducta informativa.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta en línia, la qual recull informació sobre les característiques dels usuaris i també sobre l'ús i avaluació dels mitjans socials com a fonts d'informació.

**Resultats.** Mostren que els llocs de xarxes socials (per exemple *Facebook*), *Viquipèdia* i les recomanacions d'altres usuaris són les fonts d'informació més utilitzades per a trobar informació en general; mentre que *Viquipèdia*, *Youtube* i els llocs de pregunta/resposta són usats per a buscar informació relativa a la vida quotidiana i acadèmica. Les estratègies utilitzades per a avaluar la fiabilitat dependrà de les fonts utilitzades: per exemple, en la *Viquipèdia* es tenen en compte la qualitat i quantitat de referències o enllaços proporcionats, a *Youtube* o llocs de pregunta/resposta les reaccions d'altres usuaris, etc.

### Tasques de reflexió

- 1) En la vostra vida quotidiana o acadèmica, utilitzeu els mitjans socials com a font d'informació? Per què? En quins casos?
- 2) Penseu altres estratègies, diferents de les esmentades en l'article, per avaluar la informació publicada en aquest tipus de fonts.
- 3) Com es podrien traduir els resultats de l'estudi en pautes per a orientar l'alfabetització informacional?
- 4) Reflexioneu sobre com es podria aplicar aquest tipus d'estudi en altres contextos (laboral, de la vida quotidiana, etc.).

### Bibliografia complementària

Head, A. J.; Eisenberg, M. B. (2009). "Lessons learned: How college students seek information in the digital age". A: *Project Information Literacy First Year Report with Student Survey Findings*.

### Referència bibliogràfica

Kim, K. S.; Yoo-Lee, E. Y.; Sin, S. Ch. J. (2014). "Social Media as Information Source: Undergraduates' Use and Evaluation Behavior". *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* (núm. 48, pàg. 1).

[http://projectinfolit.org/images/pdfs/pil\\_fall2009\\_finalv\\_yr1\\_12\\_2009v2.pdf](http://projectinfolit.org/images/pdfs/pil_fall2009_finalv_yr1_12_2009v2.pdf) [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

**Lenhart, A.; Smith, A.; Zikuhr, K.** (2010). *Social media & mobile Internet use among teens and young adults*. Pew Research Center's Internet & American Project.

[http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP\\_Social\\_Media\\_and\\_Young\\_Adults\\_Report\\_Final\\_with\\_toplevels.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP_Social_Media_and_Young_Adults_Report_Final_with_toplevels.pdf) [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

**Rieh, S. Y.** (2010). "Credibility and cognitive authority of information". A: M. Bates; M. N. Maack (editors). *Encyclopedia of Library and Information Sciences* (3a. ed., pàg. 1337-1344). Nova York: Taylor and Francis.

## **2.6. Optimització del comportament informacional mitjançant l'ús d'eines de *bookmarking***

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és explorar el nou rol dels recursos educatius a partir d'una anàlisi en tres nivells composta per investigació del comportament informatiu d'estudiants en l'ús de recursos educatius disponibles a Internet; l'anàlisi funcional i d'usabilitat de les eines que donen suport a la gestió i ús dels recursos d'informació; i una prova pilot d'una eina de *bookmarking* en les aules virtuals de l'assignatura d'*Interacció persona-ordinador* com a pràctica per a millorar el comportament informacional dels estudiants.

Encara que és un estudi que investiga sobre més temes que el comportament informacional, es considera un bon exemple de com es pot vertebrar aquest tipus d'estudis amb altres anàlisis relacionades.

**Marc d'anàlisi.** Es parteix de la construcció social del coneixement en les aules virtuals i la seva relació amb l'alfabetització informacional (també coneguda com a *competència informacional*).

**Metodologia que s'ha seguit.** Per a l'estudi de la conducta informativa es fa una entrevista per correu electrònic, en la qual es busca la reflexió dels estudiants, a partir d'un treball pràctic real ja efectuat, sobre la seva manera de gestionar i utilitzar els recursos recuperats i quina seria la manera ideal per a dur-la a terme des del seu punt de vista.

L'avaluació de les eines de *bookmarking* es fa a partir d'un estudi heurístic d'usabilitat.

Pel que fa a la prova pilot d'utilització d'una eina de *bookmarking*, es basa en l'observació dels resultats de la seva aplicació.

**Resultats.** Mostren un ús escàs d'eines específiques per a gestionar els recursos d'informació. Per aquesta raó i per a promoure les competències informacionals associades a elles, es recomana que l'ús de les eines sigui obligatori en els cursos amb incidència en la seva qualificació. La prova pilot de l'eina mostra que se n'ha d'incorporar l'ús a l'inici del curs, d'una altra manera els estudiants desenvolupen altres estratègies de gestió de la informació i es resisteixen a canviar-les. Així mateix, la usabilitat de l'eina de *bookmarking* incideix en la seva utilització.

### Tasques de reflexió

- 1) Per què es relacionen les eines de *bookmarking* amb el comportament de gestió d'informació?
- 2) Les entrevistes es basen a recordar una experiència passada de gestió i ús d'informació, el que s'anomena comunament *incident crític*. Podríeu elaborar una breu definició d'aquest concepte?
- 3) Penseu altres estratègies, diferents de les esmentades en l'article, per a avaluar la informació publicada en aquest tipus de fonts.
- 4) Com es relaciona en l'article l'estudi del comportament informatiu i la usabilitat?
- 5) Reflexioneu sobre com es podria aplicar aquest tipus d'estudi en altres contextos (laboral, de la vida quotidiana, etc.).

### Bibliografia complementària

- Ferran, N.; Virkus, S. (2010). "Chapter 5: Information-Related Competences for Teachers and Students in an e-learning Environment". A: N. Ferran; J. Minguillón (editors). *Content Management for eLearning*. Nova York: Springer.
- Johnston, B.; Webber, S. (2003). "Information literacy in higher education: a review and case study". *Studies.Higher Education* (vol. 28, núm. 3, pàg. 335-352).
- Nielsen, J.; Molich, R. (1990). "Heuristic evaluation of user interfaces". A: *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Empowering people* (pàg. 249-256). ACM Press.

### Referència bibliogràfica

N. Ferrán Ferrer; E. Mor; M. Garreta Domingo (2011). "Optimización del comportamiento informacional mediante el uso de herramientas de bookmarking". *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información* (vol. 12, núm. 1, pàg. 168-189).  
[http://campus.usal.es/~revistas\\_trabajo/index.php/revistatesi/article/view/7828/7855](http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/revistatesi/article/view/7828/7855) [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

### 3. Millorar el disseny de sistemes i serveis que impliquin pràctiques amb la informació

#### 3.1. Barreres per a la cerca col·laborativa d'informació en organitzacions

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és identificar les barreres per a la cerca d'informació col·laborativa (*collaborative information seeking*, CIS) en entorns organitzacionals.

**Marc d'anàlisi.** Es fa una revisió d'articles que estudien el CIS des de les ciències de la informació i la documentació, però també s'esmenten altres disciplines com ara la interacció entre persona i ordinador (IPO), comportament organitzacional i treball col·laboratiu assistit per ordinador (*computer-supported cooperative work*, CSCW).

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'incident crític i l'enquesta en línia. Es va fer l'estudi amb 307 treballadors de diferents empreses que participen en el mercat virtual de treball *Amazon Mechanical Turk*.

**Resultats.** S'identifiquen barreres que s'agrupen en les categories següents: barreres organitzatives, barreres tecnològiques, barreres individuals i barreres d'equip. En tenir experiència a fer estudis sobre comportament informacional en altres contextos, per exemple el de la salut, els autors consideren que la identificació de barreres en contextos organitzacionals no es pot generalitzar, el que constitueix una barrera per a una organització pot no constituir-ho per a altres.

#### Tasques de reflexió

- 1) Des de quines disciplines es pot estudiar el CIS?
- 2) Quines són les barreres identificades per al CIS?
- 3) A partir de quina situació es desenvolupa l'incident crític?
- 4) Com poden els resultats ajudar a un millor disseny d'eina per a la cerca col·laborativa d'informació?

#### Bibliografia complementària

Ackerman, M.; McDonald, D. (2000). "Collaborative support for informal information in collective memory systems". *Information Systems Frontiers* (vol. 2, núm. 3, pàg. 333-347).

Karsten, H. (1999). "Collaboration and collaborative information technologies: a review of the evidence". *ACM SIGMIS Database* (vol. 30, núm. 2, pàg. 44-65). doi:10.1145/383371.383375

#### Referència bibliogràfica

Karunakaran; M. Reddy (2012). "Barriers to Collaborative Information Seeking in Organizations". *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* (vol. 49, núm. 1, pàg. 1-10). doi: 10.1002/me-et.14504901169



Reddy, M.; Jansen, B. J. (2008). "A model for understanding collaborative information behavior in context: A study of two healthcare teams". *Information Processing & Management* (vol. 44, núm. 1, pàg. 256-273). doi:10.1016/j.ipm.2006.12.010

### 3.2. Comportament d'informació entre dones joves en contextos vulnerables i inclusió social: el paper dels mediadors socials

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és l'estudi dels mediadors institucionals (metges, treballadors socials, psicòlegs, professors, mestres, educadors socials) com a intermediaris de la informació en contextos desfavorits o marginals. Aquest estudi forma part d'un estudi més gran que tracta del comportament informacional de dones joves i adolescents en aquests contextos.

**Marc d'anàlisi.** L'estudi dels mediadors socials en relació amb el comportament informatiu de la comunitat es relaciona amb les aportacions teòriques de Sturges (2001), Chatman (1996, 1999), Savolainen (2008), Hersberger (2003), Case (2005) i Pettigrew (1999), en tant que situen el mediador social com a intermediari en els processos de cerca d'informació i de relació amb els usuaris en contextos desfavorits o marginals, però també permeten entendre la interacció de les persones amb la informació en aquest tipus de contextos.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'entrevista en profunditat i reunió de grup (*focus group*). Es van planificar dues entrevistes en profunditat, una amb mediadors institucionals com a informants qualificats, i l'altra amb mediadors institucionals però com a usuaris d'informació. També es van plantejar dos grups focals, un amb mediadors i un altre amb membres d'una xarxa social.

**Resultats.** Els mediadors socials tenen un paper important en la transferència d'informació dins de la comunitat estudiada, ja que actuen com a nexes entre les dones joves i adolescents en què se centra aquesta investigació, i els processos d'apropiació d'informació i coneixement per al desenvolupament personal i comunitari. Els mediadors com a usuaris de la informació tenen tendència a intercanviar freqüentment punts de vista i idees amb col·legues o companys de treball com en una comunitat de pràctica.

#### Tasques de reflexió

- 1) Expliqueu el model de mínim esforç que proposa Case.
- 2) Qui són els mediadors institucionals?
- 3) Quina és la funció d'un informant qualificat?
- 4) Busqueu una definició de *reunió de grup* (*focus group*).
- 5) Com poden els resultats ajudar a un disseny millor de serveis i productes d'informació per a la comunitat estudiada?

#### Referència bibliogràfica

Sabelli, M. (2012). "Information behaviour among young women in vulnerable contexts and social inclusion: the role of social mediators". *Information research* (núm. 17, pàg. 4).  
<http://www.informationr.net/ir/17-4/paper545.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

### Bibliografia complementària

Case, D. O. (2005). "Principle of least effort". A: K. E. Fisher; S. Erdelez; L. McKechnie (editors). *Theories of information behaviour* (pàg.289-292). Medford, Nova Jersey: Information Today.

Chatman, E. A. (1996). "The impoverished life-world of outsiders". *Journal of the American Society for Information Science* (vol. 47, núm. 3, pàg. 193-206). doi: 10.1002/(SICI)1097-4571(199603)47:3<193::AID-ASI3>3.0.CO;2-T

Chatman, E. A. (1999). "A theory of life in the round". *Journal of the American Society for Information Science* (vol. 50, núm. 3, pàg. 207-217). doi: 10.1002/(SICI)1097-4571(1999)50:3<207::AID-ASI3>3.0.CO;2-8

Hersberger, J. (2003). "Are the economically poor information poor? Does the Digital Divide affect the homeless and access to information?". *Canadian Journal of Information & Library Sciences* (vol. 27, núm. 3, pàg. 45-64).

[http://www.cais-acsi.ca/proceedings/2003/Hersberger\\_2003.pdf](http://www.cais-acsi.ca/proceedings/2003/Hersberger_2003.pdf) [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Pettigrew, K. E. (1999). "Waiting for chiropody: contextual results from an ethnographic study of the information behaviour among attendees at community clinics". *Information Processing & Management* (vol. 35, núm. 6, pàg. 801-817). doi: 10.1016/S0306-4573(99)00027-8

Savolainen, R. (2008). *Everyday information practices: a social phenomenological perspective*. Lanham, MD: Scarecrow Press.

Sturges, P. (2001). "Gatekeepers and other intermediaries". *Aslib Proceedings* (vol. 53, núm. 2, pàg. 60-68). doi: 10.1108/EUM0000000007039

### 3.3. Comprement les conductes de cerca i ús d'informació d'arquitectes

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és estudiar la conducta informativa, relacionada amb la cerca i ús d'informació, d'estudiants de postgrau de disseny urbà i disseny arquitectònic quan elaboren projectes de disseny.

**Marc d'anàlisi.** S'utilitza el model d'Ellis (1989) sobre comportament de cerca d'informació, tenint en compte també les aportacions de Meho i Tibbo (2003), Makri (2009), Palmer (2009) i Schneiderman (2001).

**Metodologia que s'ha seguit.** Es proposa una triangulació de tècniques (observació, lectura de textos i entrevista semiestructurada). L'observació dels estudiants es fa en un espai acordat, on l'observador fa preguntes per fer reflexionar sobre les pràctiques d'informació que estan fent o per verbalitzar-les. La lectura de textos es fa sobre bibliografia especialitzada per a comparar les dades recollides amb els models teòrics sobre cerca d'informació. Les entrevistes semiestructurades van permetre confrontar les dades obtingudes amb bibliotecaris especialitzats en l'àrea temàtica.

**Resultats.** Tot i que la conducta informativa dels estudiants d'arquitectura presenta elements en comú amb el comportament d'estudiants i professionals d'altres disciplines, té trets singulars a causa de la naturalesa de la disciplina. En el comportament de cerca també es reconeixen conductes d'exploració i trobada casual d'informació (serendipia), com també és molt important la visualització i accés de la informació. També destaquen l'ús d'informació (edició i registre) i la comunicació (intercanvi i difusió), a més de la preferència per les imatges i els materials multimèdia. Es destaca la importància de col·laborar, per part dels serveis bibliotecaris, en la creació d'eines per a fomentar la creativitat dels estudiants.

#### Referència bibliogràfica

Makri, S.; Warwick, C. (2010). "Information for inspiration: Understanding architects' information seeking and use behaviors to inform design". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (vol. 61, núm. 9, pàg. 1745-1770). doi:10.1002/asi.21338

#### Tasques de reflexió

- 1) Com es relaciona la creativitat amb la conducta informativa?
- 2) On es desenvolupa la tècnica d'observació en l'estudi?
- 3) Què significa una triangulació metodològica?
- 4) Enumereu les recomanacions per al disseny d'eines electròniques que proposen els autors.

#### Bibliografia complementària

Ellis, D. (1989). "A behavioural model for information retrieval system design". *Journal of Information Science* (vol. 15, núm. 4/5, pàg. 237-247).

Makri, S. (2009). "A study of lawyers' information behavior leading to the development of two methods for evaluating electronic resources [tesi doctoral]. Londres: University College London.

<http://eprints.ucl.ac.uk/5095> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Meho, L.; Tibbo, H. (2003). "Modeling the Information-seeking behavior of social scientists: Ellis's study revisited". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (vol. 54, núm. 6, pàg. 570-587).

Palmer, C.; Tefteau, L.; Pirmann, C. (2009). *Scholarly information practices in the online environment: Themes from the literature and implications for library service development*. Dublin, OH: OCLC Research and Programs.

<http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2009/2009-02.pdf?urlm=162919> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Schneiderman, B. (2001). *Leonardo's laptop: Human needs and the new computing technologies*. Cambridge, MA: MIT Press.

### 3.4. Comprendre les necessitats i la conducta de cerca d'informació en els usuaris de mòbils

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és conèixer com i per què els usuaris utilitzen dispositius mòbils (telèfons, tauletes, agendes, etc.) per a accedir o adquirir informació, alhora que s'avalua l'adequació de l'entrevista com a instrument principal de recollida de dades.

**Marc d'anàlisi:** Se citen treballs d'altres autors relacionats amb l'ús, els temes i interessos detectats, i els contextos d'ús d'Internet en dispositius mòbils.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és les entrevistes. Es fan a graduats d'universitats nord-americanes. Els participants per a ser seleccionats havien de tenir un pla de dades contractat i estar familiaritzats amb l'ús d'Internet al mòbil. L'entrevista buscava obtenir informació sobre ús del dispositiu, hàbits d'ús d'Internet mòbil, necessitats d'informació i comportament de cerca, presentació dels resultats obtinguts, i consideracions sobre la privacitat i seguretat.

**Resultats.** Aporten informació sobre la percepció que tenen els mateixos usuaris sobre els seus hàbits d'ús, motivacions, comportament de cerca, i problemes de seguretat amb relació a l'ús de dispositius mòbils.

### Tasques de reflexió

- 1) Quins són els tipus de necessitats d'informació identificades en un entorn d'Internet mòbil?
- 2) Tenint en compte les categories de dades que preveu l'entrevista, podríeu elaborar preguntes diferents de les incloses en l'article?
- 3) Com es podrien beneficiar els creadors d'aplicacions i dispositius dels resultats de l'estudi?
- 4) És possible complementar un estudi d'aquest tipus amb preguntes sobre accessibilitat i usabilitat dels dispositius?

### Bibliografia complementària

Church, K.; Smyth, B.; Cotter, P.; Bradley, K. (2007). "Mobile information access: a study of emerging search behavior on the mobile Internet". *ACM Transactions on the Web* (núm. 1, pàg. 1).

Kaikkonen, A. (2008). "Full or tailored mobile Web- where and how do people browse on their mobiles?" A: J. Y. B. Lin; H. Ch. Chao; P. H. J. Chong (editors). *Proceedings of the 5th International Conference on Mobile Technology, Applications, and Systems, Mobility Conference 2008, Yilan, Taiwan, September 10-12, 2008*. Nova York, Nova York: ACM Press.

## 3.5. La conducta informacional dels historiadors de la família

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és estudiar el comportament informatiu de cerca en línia dels historiadors de la família (*family Historian*), amb la finalitat d'obtenir pautes per a dotar de més visibilitat les col·leccions locals i d'encoratjar la visita presencial dels recursos que no tenen una versió electrònica. S'anomenen *historiadors de la família* les persones que investiguen el seu passat familiar, en col·leccions d'arxius i biblioteques, amb la finalitat d'obtenir informació sobre els avantpassats.

**Marc d'anàlisi.** Es proposa una perspectiva centrada en l'usuari, escollint els marcs teòrics que aborden la cerca d'informació (Kuhlthau, 1991; Ellis, 1989; etc.), però també la cerca d'informació especialitzada en genealogia (Duff i Johnson, 2003; Yakel, 2004; Fulton, 2009a i 2009b; etc.).

### Referència bibliogràfica

D. Kassab; X. Yuan (2013). "Understanding the information needs and search behaviour of mobile users". *Information Research* (núm. 17, pàg. 4).  
<http://www.informationr.net/ir/17-4/paper551.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta en línia, diaris i ombrejat (*shadowing*) semiparticipatiu. La tècnica de l'ombrejat és utilitzada en l'àmbit del disseny centrat en l'usuari, i comprèn l'acompanyament a l'usuari de prop observant les seves accions, sense influir o influint parcialment, en el context real de contacte amb el servei.

**Resultats.** S'identifica un model de cerca d'informació en línia per als historiadors de la família, en què es reconeix que els usuaris d'aquest tipus passen per tres etapes: accions, estratègies i resultats. Aquest model és de tipus circular, ja que encara que l'usuari es trobi en una de les fases pot tornar a l'anterior per a buscar més dades o confirmar algun tipus d'informació ja obtinguda.

### Tasques de reflexió

- 1) Quines són les característiques de cadascuna de les etapes proposades en el model de cerca d'informació en línia dels historiadors de la família?
- 2) En aquest tipus de comportament informacional es reconeixen elements afectius, com ho argumentaríeu?
- 3) Podríeu elaborar una definició de *diari* com a tècnica d'investigació qualitativa?
- 4) Com es podrien utilitzar els resultats de l'estudi per a millorar les estratègies de captació d'aquest tipus d'usuaris a la biblioteca i arxius?

### Bibliografia complementària

Duff, W. M.; Johnson, C. A. (2003). "Where is the list with all the names? Information-seeking behavior of genealogists". *American Archivist* (vol. 66, núm. 1, pàg. 79-95).

Ellis, D. (1989). "A behavioural model for information retrieval system design". *Journal of Information Science* (vol. 15, núm. 4/5, pàg. 237-247).

Fulton, C. (2009a). "The pleasure principle: the power of positive affect in information seeking". *Aslib Proceedings* (vol. 61, núm. 3, pàg. 245-261).

Fulton, C. (2009b). "Quid pro quo: information sharing in leisure activities". *Library Trends* (vol. 57, núm. 4, pàg. 753-768).

Kuhlthau, C. C. (1993). *Seeking meaning: A process approach to library and information services*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.

Yakel, E. (2004). "Seeking information, seeking connections, seeking meaning: genealogists and family historians". *Information Research*, (núm. 10, pàg. 1).

<http://InformationR.net/ir/10-1/paper205.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

### Referència bibliogràfica

K. Friday (2014). "Learning from e-family history: a model of online family historian research behaviour". *Information Research* (núm. 19, pàg. 4).  
<http://www.informationr.net/ir/19-4/paper641.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

## 3.6. Creant i compartint: les pràctiques informatives dels adolescents en les comunitats digitals

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és analitzar i descriure les pràctiques d'informació dels adolescents en comunitats de creació i compartició de contingut.

**Marc d'anàlisi.** Es té en compte la proposta teòrica sobre pràctiques d'informació de Savolainen (2008) i el concepte de *comunitats de pràctica* de Wenger (2001).

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'observació no participant en entorn en línia i entrevista.

**Resultats.** Els resultats identifiquen com les pràctiques d'informació més desenvolupades: l'aprenentatge sobre la comunitat (*learning community*), l'estètica negociada (*negotiating aesthetic*), el control negociat (*negotiating control*), la capacitat de negociació (*negotiating capacity*) i la representació del coneixement. Aquestes pràctiques d'informació modelen la manera de participar i relacionar-se entre els membres d'aquestes comunitats, però alhora permeten definir-les com a tals.

### Tasques de reflexió

- 1) És possible establir una relació entre les comunitats de pràctica i el comportament informacional col·laboratiu? I amb el comportament informacional individual?
- 2) Quina és la diferència entre l'observació participant i la no participant?
- 3) Penseu que vosaltres esteu fent aquest mateix estudi: quins serien els avantatges i desavantatges de fer una observació no participant?
- 4) Qui es podria beneficiar dels resultats d'aquest estudi?
- 5) Reflexioneu sobre com es podrien traduir els resultats de l'estudi en millores en els sistemes de cerca i recuperació d'informació musical.

### Bibliografia complementària

Savolainen, R. (2008). *Everyday information practices: a social phenomenological perspective*. Lanham, MD: Scarecrow Press.

Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.

## 3.7. Estudi sobre com es comparteix informació a Facebook

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és identificar el tipus d'informació que comparteixen, amb les diferents categories d'amics, els usuaris de Facebook.

**Marc d'anàlisi.** Es fa referència a estudis anteriors en què s'analitza la informació difosa en les xarxes socials per part dels usuaris

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta, en què es tipificaven els tipus d'informació següents: universitat, salut, entreteniment, compres, menjar, afició, treball, moda i informació relacionada amb l'esport. Les categories d'amics es van definir com a companys d'escola, amics de la família i parents, col·legues, amics, amics amb interessos comuns.

### Referència bibliogràfica

M. A. Harlan; C. Bruce; M. Lupton (2014). "Creating and sharing: teens' information practices in digital communities". *Information Research* (núm. 19, pàg. 1).  
<http://www.informationr.net/ir/19-1/paper611.html> [Data de consulta: 30-o1-2015].

**Resultats.** Mostren que el tipus d'informació més compartida a *Facebook* és de caràcter trivial, encara que es reconeix que les persones fan una difusió diferenciada de la informació segons el grau de proximitat que es té amb els contactes. La informació més rellevant o confidencial, com la relacionada amb la salut, la feina o el centre d'estudi, es reserva per als contactes que són més propers a l'usuari.

### Tasques de reflexió

- 1) Coneixeu altres xarxes socials, a part de *Facebook*, en què es podria implementar un estudi similar?
- 2) Us sembla que els resultats són realistes? Què opineu vosaltres sobre la divulgació a Internet de les vostres dades personals?
- 3) Quin tipus d'institucions o empreses es podrien beneficiar d'aquest estudi?
- 4) Reflexioneu sobre si seria possible plantejar un estudi complementari sobre el tipus d'informació sensible que es divulga per les xarxes socials. Quines en serien les possibles aplicacions?

### Bibliografia complementària

Lampe, C.; Vitak, J.; Gray, R.; Ellison, N. (2012). "Perceptions of facebook's value as an information source". A: *CHI'12: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pàg. 3195-3204). Nova York: ACM.

Morris, M. R.; Teevan, J.; Panovich, K. (2010a). "A comparison of information seeking using search engines and social networks". A: *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM 2010)* (pàg.23-26). Palo Alto, CA: Association for the Advancement of Artificial Intelligence.

<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/download/1518/1879>  
[Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Morris, M. R.; Teevan, J.; Panovich, K. (2010b). "What do people ask their social networks, and why?: A survey study of status message Q&A behaviour". A: *CHI'10: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pàg. 1739-1748). Nova York: ACM.

## 3.8. Estudi sobre necessitats i conductes de cerca i ús d'informació en l'àmbit de la música: resultats preliminars

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és analitzar les necessitats i conductes de cerca i ús d'informació per a millorar el disseny de sistemes de recuperació d'informació musical. L'estudi forma part del projecte *Human use of music information retrieval systems* (HUMIRS).

**Marc d'anàlisi.** Es considera que els estudis sobre necessitats i ús en els àmbits de la recuperació d'informació musical (*music information retrieval*, MIR) i les biblioteques digitals musicals (*musical digital library*, MDL) presenten unes particularitats que excedeixen els típics estudis sobre necessitats i ús referenciats en la primera versió del model teòric de Wilson (1999). Per aquesta raó, es proposa com a marc d'anàlisi una teoria fonamentada (*grounded theory*) en la informació recollida en llistes de distribució, fòrums, comunitats i investigacions especialitzades en les àrees de MIR i MDL. Aquestes dades determinen el contingut de l'enquesta sobre necessitats i ús d'informació musical.

### Referència bibliogràfica

C. Ramaswami; M. Murugathasan; P. Narayanasamy (2014). "A survey of information sharing on Facebook". *Information Research* (núm. 19, pàg. 4).  
<http://www.informationr.net/ir/19-4/istic/isticsp8.html>

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta enviada per correu electrònic. L'estudi analitza dues comunitats d'usuaris: a) comunitat de la universitat UIUC (University of Illinois at Urbana-Champaign, Estats Units) i b) població en general més gran de divuit anys. El document tracta solament de la implementació de l'estudi del primer grup, la comunitat universitària UIUC, composta per estudiants, i personal docent i administratiu.

**Resultats.** S'orienten al fet que les persones desenvolupen conductes de cerca sobre informació musical influenciades per interaccions socials informals (revisions, valoracions, recomanacions, etc.). També es detecta que es prefereix la inclusió de metadades contextuals a les metadades bibliogràfiques més centrades en el contingut.

### Tasques de reflexió

- 1) El marc d'anàlisi es posiciona des de la teoria fonamentada, quines són les fonts des d'on s'obtenen les dades?
- 2) Quins són els criteris adoptats per l'agrupament de preguntes en l'enquesta?
- 3) Reflexioneu sobre com es podrien traduir els resultats de l'estudi en millores en els sistemes de cerca i recuperació d'informació musical.

### Bibliografia complementària

Bainbridge, D.; Cunningham, S. J.; Downie, J. S. (2003). "How people describe their music information needs: A grounded theory analysis of music queries". A: *Proceedings of the International Symposium on Music Information Retrieval*. Baltimore, EUA.

Downie, J. S.; Cunningham, S. J. (2002). "Toward a Theory of Music Information Retrieval Queries: System Design Implications". A: *Proceedings of the International Symposium on Music Information Retrieval*. París, França.

Downie, J. S. (1994). "The Musifind Musical Information Retrieval Project, Phase II: User Assessment Survey". A: *Proceedings of the 22<sup>nd</sup> Annual Conference of the Canadian Association for Information Science*. Toronto, Canadà.

Wilson, T. D. (1999). "Models in Information Behavior Research". *Journal of Documentation* (vol. 55, núm. 3, pàg. 249-70).

## 3.9. Expectatives i motivacions dels usuaris per a crear col·leccions digitals personals en els llocs web dels museus

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és analitzar les motivacions, expectatives i ús dels sistemes de personalització (és a interfícies "la meva col·lecció", o "el meu museu") de les col·leccions digitals dels museus. En aquest tipus d'interfície dels usuaris són animats a crear les pròpies col·leccions personals dels objectes existents en les col·leccions digitals dels museus, en tant que representen una interacció de l'usuari amb la col·lecció amb fins d'oci i d'entreteniment.

**Marc d'anàlisi.** Es relaciona la personalització d'entorns virtuals amb les àrees de gestió de la informació personal (Beagrie, 2005; Jones, 2007) i l'etiquetatge social (Bearman i Trant, 2005).

### Referència bibliogràfica

J. A. Lee; J. S. Downie (2004). "Survey of music information needs, uses, and seeking behaviours: preliminary findings". A: *Proceedings of the 5th International Conference on Music Information Retrieval*. Barcelona, Espanya. Octubre 10-14.  
<http://ismir2004.ismir.net/proceedings/p081-page-441-paper232.pdf> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].



**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta en línia. S'incorpora un vincle a l'enquesta en el sector de personalització ("la meva col·lecció o" el meu museu ") en la pàgina web dels museus participants de l'estudi.

**Resultats.** Es mostra que, malgrat els esforços dels professionals per implementar aquest tipus d'interfícies, els usuaris no fan un ús continuat d'aquestes aplicacions.

### Tasques de reflexió

- 1) Podríeu proposar un altre marc d'anàlisi possible per a l'estudi? Quin o quins?
- 2) Us semblen les preguntes de cerca adequades per a guiar l'estudi? Per què?
- 3) Quins elements es podrien millorar en la manera de fer l'enquesta?
- 4) Quines estratègies es podrien implementar per a fomentar que els usuaris dels webs dels museus passessin a ser usuaris actius en la creació i difusió del coneixement?
- 5) Es podria aplicar un estudi d'aquest tipus en els museus de Catalunya o Espanya? Tant si la resposta és positiva com negativa reflexioneu sobre el perquè.

### Bibliografia complementària

Beagrie, N. (2005). "Plenty of room at the bottom? Personal digital libraries and collections". *D-Lib Magazine* (núm. 11, pàg. 6).

<http://www.dlib.org/dlib/june05/beagrie/06beagrie.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Beardon, C.; Worden, S. (1995). "The virtual curator: Multimedia technologies and the roles of museums". A: E. Barrett; M. Redmond (editors). *Contextual media: Multimedia and interpretation* (pàg. 63-86). Cambridge, MA: MIT Press.

Bearman, D.; Trant, J. (2005). "Social terminology enhancement through vernacular engagement: Exploring collaborative annotation to encourage interaction with museum collections". *D-Lib Magazine* (núm. 9, pàg. 11).

<http://www.dlib.org/dlib/september05/bearman/09bearman.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Borgman, C. (2003). *Personal digital libraries: Creating individual spaces for innovation. NSF post digital library futures workshop*.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810009808#> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Jones, W. (2007). "Personal information management". *Annual Review of Information Science and Technology* (núm. 41, pàg. 453-504).

## 3.10. Incertesa en la cerca i recuperació d'informació: un estudi en un entorn acadèmic

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és estudiar si es produeix incertesa en les diferents etapes del procés de cerca i recuperació d'informació en un entorn acadèmic d'informació electrònica.

**Marc d'anàlisi.** La incertesa es tracta en relació amb les diferents etapes del procés de cerca i recuperació d'informació tal com les identifiquen els models teòrics de Kuhlthau (1993a) i Ellis (1989), a partir de la selecció, cerca, recu-

### Referència bibliogràfica

P. Marty (2011). "My lost museum: User expectations and motivations for creating personal digital collections on museum websites". *Library & Information Science Research* (núm. 33, pàg. 211-219). doi:10.1016/j.lisr.2010.11.003

peració, accés i ús de la informació electrònica. També s'incorpora la noció d'Anderson (2006) que la incertesa en les diferents etapes d'un procés de cerca i recuperació d'informació no solament és negativa, sinó que presenta elements positius, ja que pot donar lloc a la creativitat i innovació.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta en línia. Es realitza una mostra de professors, personal d'investigació i doctorands. Els participants se seleccionen d'una llista de distribució acadèmica d'àmbit nacional al Regne Unit, JISC mail service.

**Resultats.** Es demostra que hi ha diferents graus d'incertesa entre els diferents grups d'usuaris diferenciats per edat, gènere, destreses TIC, categories i àmbit disciplinari, en referència a les diferents activitats de la cerca d'informació i en relació amb fonts i canals d'informació específics.

### Tasques de reflexió

- 1) Podríeu detectar com els marcs d'anàlisi es relacionen amb l'enquesta utilitzada?
- 2) Quins avantatges o desavantatges pot tenir la realització d'una enquesta en línia sobre una de feta de manera presencial?
- 3) Quins programes informàtics utilitzaríeu per a fer una enquesta en línia?
- 4) A partir de la lectura de l'article, reflexioneu sobre com es podrien millorar els serveis i sistemes d'informació en un entorn digital.

### Bibliografia complementària

Anderson, T. D. (2006). "Uncertainty in action: Observing information seeking within the creative processes of scholarly research". *Information Research* (núm. 12, pàg. 1).

<http://InformationR.net/ir/12-1/paper283.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Ellis, D. (1989). "A behavioural model for information retrieval system design". *Journal of Information Science* (vol. 15, núm. 4/5, pàg. 237-247).

Kuhlthau, C. C. (1993a). *Seeking meaning: A process approach to library and information services*. Norwood, Nova Jersey: Ablex Publishing.

Kuhlthau, C. C. (1993b). "A principle of uncertainty for information seeking". *Journal of Documentation* (vol. 49, núm. 4, pàg. 339-355).

## 3.11. Preferències en l'ús de mitjans socials per a buscar i comunicar informació sobre salut i estil de vida

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és investigar, comparativament amb la cerca en altres canals, les preferències en l'ús dels mitjans socials per a comunicar i buscar informació sobre salut i estil de vida.

**Marc d'anàlisi.** Des de la conducta informativa, es consideren els mitjans socials com un canal més d'informació. Es revisen estudis anteriors sobre l'ús d'aquest tipus de canals per a comunicar i buscar informació relacionada amb la salut i l'estil de vida.

### Referència bibliogràfica

S. Chowdhury; F. Gibb; M. Landoni (2011). "Uncertainty in information seeking and retrieval: a study in an academic environment". *Information Processing and Management* (núm. 47, pàg. 157-175). doi:10.1016/j.ipm.2010.09.006

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit és l'enquesta (per telèfon i Internet). Es realitzen dues mostres aleatòries de persones més grans de divuit anys.

**Resultats.** Mostren tendències que poden ajudar els professionals de la salut a plantejar polítiques de publicació de continguts més adequades a les demandes dels usuaris. Es desprèn la preferència d'uns canals sobre altres, la qual cosa també proporciona pautes per a publicar continguts estratègics d'informació de qualitat per a la promoció d'hàbits saludables i vida sana.

### Tasques de reflexió

- 1) Amb quins altres canals d'informació es podria comparar l'ús dels mitjans socials?
- 2) Podríeu enumerar els avantatges i desavantatges de fer una enquesta per telèfon o per Internet?
- 3) El mètode d'anàlisi de les dades és qualitatiu o quantitatiu? Desenvolpeu la resposta.
- 4) Quin tipus d'institucions o organismes podrien estar interessats en aquest tipus d'estudis?

### Bibliografia complementària

Fox, S. (2011). *The social life of health information 2011*. Washington, D. C.: Pew Research Center's Internet & American Life Project.

<http://pewinternet.org/Reports/2011/Social-Life-of-Health-Info> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Pálsdóttir, Á. (2009). "Seeking information about health and lifestyle on the Internet". *Information Research* (núm. 14, pàg. 1).

<http://informationr.net/ir/14-1/paper389.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

Savolainen, R. (2010). "Dietary blogs as sites of informational and emotional support". *Information Research* (núm. 15, pàg. 4).

<http://InformationR.net/ir/15-4/paper438.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

## 3.12. Usos socials de la informació personal sobre salut en una comunitat en línia de pacients

**Objectiu de l'estudi.** L'objectiu és identificar i analitzar com els usuaris de la comunitat virtual PatientsLikeMe comparteixen informació personal relacionada amb la salut amb altres pacients.

**Marc d'anàlisi.** Analitza les particularitats d'una comunitat virtual en què es comparteix informació personal sobre la salut entre pacients, i com aquest tipus de comunitats té efectes en la relació entre metge i pacient.

**Metodologia que s'ha seguit.** La metodologia que s'ha seguit no s'especifica, només es fa referència al fet que s'ha utilitzat una metodologia qualitativa que implicava l'anàlisi dels comentaris fets en els perfils dels pacients en la plataforma que allotja la comunitat.

### Referència bibliogràfica

A. Pálsdóttir (2014). "Preferences in the use of social media for seeking and communicating health and lifestyle information". *Information Research* (núm. 19, pàg. 4).

<http://www.informationr.net/ir/19-4/paper642.html> [Data de consulta: 30 de gener de 2015].

**Resultats.** Els pacients que trien compartir explícitament informació personal sobre la seva salut es beneficien del procés, ja que els permet participar en diàlegs que els proporcionen informació per a una autogestió de la malaltia

### Tasques de reflexió

- 1) Considerant la informació que proporciona l'article sobre la metodologia emprada, que podríeu proposar vosaltres que reunís les característiques esmentades?
- 2) Podríeu pensar un altre cas similar a l'estudi en què es comparteixi informació confidencial entre iguals?
- 3) Com es podrien traduir els resultats en millores a la plataforma que sustenta la comunitat virtual?
- 4) Hi hauria implicacions extra en el fet que la comunitat virtual tingués una aplicació per a dispositius mòbils (*app*)?

### Bibliografia complementària

Aksel, T.; Trung, T.; Faxvaag, A. (2005). "Privacy vs usability: a qualitative exploration of patients' experiences with secure Internet communication with their general practitioner". *Journal of Medical Internet Research* (2). doi: 10.2196/jmir.7.2.e15.

Eysenbach, G.; Powell, J.; Englesakis, M.; Rizo, C.; Stern, A. (2004). "Health related virtual communities and electronic support groups: systematic review of the effects of online peer to peer interactions". *British Medical Journal* (núm. 328, pàg. 1166). doi: 10.1136/bmj.328.7449.1166.

### Referència bibliogràfica

J. H. Frost; M. P. Massagli (2008). "Social uses of personal health information within PatientsLikeMe, an online patient community: what can happen when patients have access to one another's data". *Journal of Medical Internet Research* (núm. 10, pàg. 3). doi: 10.2196/jmir.1053.

## **Resum**

En aquest mòdul hem presentat diferents exemples d'estudis sobre comportament informatiu extrets de la literatura especialitzada. Encara que no és una selecció exhaustiva, els exemples aporten idees sobre els temes de recerca que es poden implementar mitjançant els estudis de comportament informacional.

Per al professional de la informació, plantejar fer un estudi sobre comportament informacional pot resultar en una experiència fàcil o difícil segons les característiques personals i el bagatge professional que tingui.

L'accés a exemples d'estudis sobre comportament informacional permet tenir una orientació pel que fa a marcs d'anàlisi a utilitzar, objectius a plantejar, metodologies i tècniques a aplicar, tipus de resultats a obtenir i aplicacions que puguin resultar d'aquests estudis per a optimitzar la relació entre les persones i la informació en qualsevol de les seves manifestacions.

