

Los estudios sobre comportamiento informativo: selección de ejemplos

Sílvia Arano Poggi
Eva Ortoll Espinet

PID_00222748



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC. Fundació para la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

Índice

Introducción.....	5
Objetivos.....	8
1. Mejorar los contextos en los que las personas realizan prácticas relacionadas con la información.....	9
1.1. Actitudes y percepciones de los docentes universitarios en relación con la iniciativa OpenCourseWare	9
1.2. Conducta informacional colaborativa en grupos completamente en línea	10
1.3. Consumidores de vino mileniales: búsqueda de información y percepción de riesgo	11
1.4. Estudio sobre las actitudes y conductas de los investigadores en la gestión de datos de investigación	12
1.5. Información, comunidad y acción: cómo las ONG usan las redes sociales	13
1.6. Las redes sociales y su impacto en la conducta de los consumidores	14
1.7. Una perspectiva centrada en el usuario: el diseño de un nuevo esquema de metadatos para videojuegos y recursos interactivos	15
1.8. ¿Qué motiva a los buscadores de noticias en línea? Selección de nuevos ítems en un escenario social de búsqueda	16
2. Diseñar acciones formativas orientadas a mejorar la experiencia de información de los usuarios.....	17
2.1. La alfabetización informacional al comienzo de la práctica profesional en el ámbito de la enfermería	17
2.2. El compromiso de los estudiantes en la construcción colaborativa de conocimiento en proyectos grupales para la alfabetización digital	18
2.3. Factores contextuales que afectan el aprendizaje en Laos y sus implicaciones en la educación en alfabetización informacional	19
2.4. Fuentes de información y percepción de éxito: estudio en empresas de finanzas corporativas	20
2.5. Los medios sociales como fuente de información: conductas de uso y evaluación en estudiantes	21
2.6. Optimización del comportamiento informacional mediante el uso de herramientas de <i>bookmarking</i>	22

3. Mejorar el diseño de sistemas y servicios que impliquen prácticas con la información.....	24
3.1. Barreras para la búsqueda colaborativa de información en organizaciones	24
3.2. Comportamiento de información entre mujeres jóvenes en contextos vulnerables e inclusión social: el papel de los mediadores sociales	25
3.3. Comprendiendo las conductas de búsqueda y uso de información de arquitectos	26
3.4. Comprendiendo las necesidades y la conducta de búsqueda de información en los usuarios de móviles	27
3.5. La conducta informacional de los historiadores de la familia	28
3.6. Creando y compartiendo: las prácticas informativas de los adolescentes en las comunidades digitales	29
3.7. Estudio sobre cómo se comparte información en Facebook	30
3.8. Estudio sobre necesidades y conductas de búsqueda y uso de información en el ámbito de la música: resultados preliminares	31
3.9. Expectativas y motivaciones de los usuarios para crear colecciones digitales personales en los sitios web de los museos	32
3.10. Incertidumbre en la búsqueda y recuperación de información: un estudio en un entorno académico	33
3.11. Preferencias en el uso de medios sociales para buscar y comunicar información sobre salud y estilo de vida	34
3.12. Usos sociales de la información personal sobre salud en una comunidad en línea de pacientes	35
Resumen.....	37

Introducción

En los módulos “Introducción a la interacción de humanos con la información (IHI)” y “Bases teóricas para estudiar el comportamiento informacional” hemos estudiado las bases conceptuales y teóricas de los estudios sobre comportamiento informacional desde la perspectiva de las ciencias de la información y documentación.

Desde el módulo “Introducción a la interacción de humanos con la información (IHI)” se nos alertaba sobre la condición interdisciplinaria del concepto de comportamiento informativo, dado que el estudio de la interacción entre las personas y la información puede ser analizado desde múltiples disciplinas, como la interacción persona-ordenador (IPO), la usabilidad, el trabajo colaborativo asistido por ordenador (CSCW), el comportamiento del consumidor y la informática social, entre otros. Lejos de sobreexplotar el campo de estudio, esta condición fronteriza del concepto de comportamiento informacional abre nuevas posibilidades para su estudio, dado que los investigadores del área pueden enfocar sus análisis desde una disciplina en concreto, por ejemplo desde las ciencias de la información y documentación, pero enriquecer su marco teórico o metodología con aportaciones otras disciplinas.

El módulo “Bases teóricas para estudiar el comportamiento informacional” tiene la finalidad de mostrar el cambio que ha experimentado en el tiempo la concepción sobre comportamiento informacional, desde la óptica de las ciencias de la información y documentación. Un breve recorrido por los tres paradigmas del comportamiento informacional (tradicional, alternativo y social) nos muestra cómo han ido evolucionando las ideas sobre el modo de concebir, ya sea haciendo hincapié en los sistemas, en las personas o en el contexto. Los ejemplos que se incluyen de modelos teóricos permiten comprobar que son visiones teóricas más cercanas a los investigadores cuya finalidad es facilitar el estudio de un fenómeno determinado de la conducta informativa (búsqueda, uso, adquisición, difusión e información, etc.).

Los dos módulos mencionados anteriormente ayudan al profesional de la información a posicionarse en el ámbito del comportamiento informativo, aunque estos conocimientos se sitúen solo en el plano teórico. A partir de estos conocimientos, plantearse la implementación de un estudio sobre comportamiento informacional puede parecer una tarea fácil o difícil dependiendo de las características personales y experiencias de cada persona.

Este módulo tiene la finalidad de poner en contacto a los profesionales de la información con estudios reales sobre comportamiento informacional extraídos de bibliografía especializada. Se presenta una selección de ejemplos, destacables por el marco de análisis propuesto, la metodología empleada, los

usuarios estudiados, los contextos establecidos, las tecnologías empleadas, etc. Los ejemplos pueden ser utilizados como guía o referente por aquellos profesionales de la información que se propongan implementar un estudio sobre comportamiento informacional en su puesto de trabajo, como tarea académica asignada, o simplemente para comprender mejor cómo nos relacionamos las personas con la información.

Los ejemplos de este módulo guía buscan reflejar las tendencias en la investigación actual en conducta informativa, pero somos conscientes de que constituye una fotografía en el tiempo, dado que surgirán nuevos temas, tecnologías, contextos, etc., que estudiar que también deberán ser contemplados en un futuro.

Nota

Os invitamos a contribuir con esta selección de artículos haciéndonos llegar nuevos materiales sobre estudios de comportamiento informacional. Una vez recibidos, los evaluaremos e incorporaremos en futuras versiones del material o en adendas a este.

El contenido del módulo se organiza en tres grandes apartados, que se corresponden con aplicaciones derivadas del estudio del comportamiento informacional, tal como se desarrollan en el módulo “Introducción a la interacción de humanos con la información (IHI)”:

“a) Mejorar los contextos en los que las personas realizan prácticas relacionadas con la información (a partir de cambios organizacionales o sociales, por ejemplo, establecer una política concreta de archivo de documentos en la nube, o de edición y obtención de información en la intranet del trabajo, idear prácticas y pautas en el marco de un trabajo colaborativo, etc.).

b) Diseñar acciones formativas orientadas a mejorar la experiencia de información de los usuarios (por ejemplo, los tradicionales cursos de alfabetización informacional en bibliotecas, los de capacitación digital en las empresas o centros educativos, etc.)

c) Mejorar el diseño de sistemas y servicios que implican prácticas con la información (por ejemplo, mejorar la oferta y disposición de contenidos que ofrece a los usuarios, la arquitectura de información de un sitio web, la precisión en la recuperación de la información de un motor de búsqueda, etc.)” (Ortoll y Arano, 2015).

En cada uno de los apartados se incluye una cantidad variable de artículos, de los que se presenta la siguiente información:

- **Título descriptivo:** no siempre tiene una coincidencia exacta con el título del trabajo.
- **Síntesis de contenido:** describe brevemente cada trabajo sintetizando el objetivo del estudio, el marco teórico de análisis, la metodología utilizada y los resultados obtenidos.
- **Referencia bibliográfica:** cita del trabajo seleccionado.

- **Tareas de reflexión:** son preguntas y enunciados con el fin de orientar la lectura y asimilación de los diferentes trabajos reseñados. Es necesaria la lectura del artículo o trabajo completo para responderlas.
- **Bibliografía complementaria:** referencias bibliográficas seleccionadas de la bibliografía del artículo, de las que se recomienda la lectura para profundizar en el tema tratado en el trabajo. Pueden ser útiles para profundizar en el contenido de un modelo teórico determinado, pero también para aclarar conceptos afines, otras perspectivas de estudio, aplicación de una determinada técnica, etc.

No se requiere la lectura de todos los artículos incluidos en la selección. Sin embargo, en caso de proponerse la implementación de un estudio sobre comportamiento informacional, se recomienda seleccionar uno de los apartados, de acuerdo con el fin de este, y proceder a la lectura del/los artículo/s que pueda/n servir como referente/s para planificar el estudio en cuestión.

Objetivos

1. Conocer las distintas aplicaciones de los estudios sobre conducta informativa.
2. Distinguir lo que implica el establecimiento de un marco teórico de análisis para los estudios sobre comportamiento informacional.
3. Reconocer las diferentes técnicas de investigación que se utilizan en estos estudios.
4. Promover el razonamiento analógico: a partir de la lectura de los artículos y las guías de contenido y reflexión, poder reproducir, emular o adaptar las experiencias relatadas en artículos, comunicaciones o proyectos con diferentes usuarios, similares técnicas o en otros ámbitos temáticos.

1. Mejorar los contextos en los que las personas realizan prácticas relacionadas con la información

1.1. Actitudes y percepciones de los docentes universitarios en relación con la iniciativa OpenCourseWare

Objetivo del estudio: conocer las actitudes hacia la OpenCourseWare (OCW) de los profesores de ciencias de la salud de la Universidad de Valencia, y analizar sus percepciones en cuanto a la integración de la OCW en el proceso de enseñanza/aprendizaje. La finalidad es el diseño de estrategias que impulsen su utilización.

Marco de análisis: teoría de la difusión de las innovaciones de Rogers (2003), del campo de la sociología. Desde esta perspectiva, las OCW son innovaciones tecnológicas y educativas, pero también informativas en las que los docentes son su principal usuario, dado que son los generadores de contenido que después lo compartirán con fines didácticos.

Metodología que se ha seguido: entrevista semiestructurada. La entrevista se lleva a cabo mediante un guion previo de acuerdo con los objetivos del estudio y tras la autorización institucional. Antes de empezar cada entrevista también se pide el consentimiento por escrito y firmado de los informantes.

Resultados: se detectan dos grandes grupos de docentes de acuerdo con la predisposición a participar en la OCW: adoptadores tempranos (mayoría precoz, primeros adoptantes) y corriente principal (tradicionales, mayoría tardía). El primer grupo, los primeros adoptadores, tienen una alta predisposición a participar en la OCW y requieren programas formativos para potenciar su papel como líderes de opinión y difusores de la innovación. En el segundo grupo, los tradicionales, son más reticentes a participar en la OCW, razón por la que los programas formativos deberían orientarse a la sensibilización, formación y fomento de la autoeficacia.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Qué son las OCW?
- 2) ¿Cuáles son las características de una entrevista semiestructurada?
- 3) Proponed una acción formativa destinada a los profesores “primeros adoptantes”.
- 4) Proponed una acción formativa destinada a los profesores “tradicionales”.

Referencia bibliográfica

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* (núm. 26(2), págs. 133-141). DOI: 10.1590/0103-37862014000200003.

Bibliografía complementaria

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

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

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

1.2. Conducta informacional colaborativa en grupos completamente en línea

Objetivo del estudio: identificar algunas prácticas informacionales colaborativas específicas de los grupos completamente en línea (COG) en entornos virtuales de aprendizaje.

Marco de análisis: se relaciona el comportamiento informacional colaborativo en general con el modelo de Karunakaran, Reddy y Spence (2013) y con las aportaciones de Goggins y Erdelez (2010) sobre los grupos completamente en línea.

Metodología que se ha seguido: se propone una metodología mixta, en la que se analizan los grupos mediante entrevistas semiestructuradas a sus miembros, y un cuestionario en línea individual sobre las experiencias de trabajo en grupo.

Resultados: apuntan a que el comportamiento informacional colaborativo en los COG se sustenta en la existencia de una plataforma tecnológica que permita la interacción entre sus integrantes, y la creación de diferentes recursos de información es un elemento central en la estructuración de las prácticas colaborativas de estos COG. También se identifica que la conducta informacional colaborativa de los COG no se puede separar de los factores sociales que afectan a cualquier dinámica de grupo (compromiso, liderazgo, comunicación, etc.).

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cuántas fases distingue el modelo teórico de Karunakaran, Reddy y Spence?
- 2) ¿Se han podido aplicar las dos técnicas de investigación propuestas? Desarrollad vuestra respuesta.
- 3) ¿Cómo se elige el tamaño de la muestra? ¿Se podría haber hecho de otra manera?
- 4) ¿Cómo pensáis que los resultados del estudio se podrían aplicar en la mejora del diseño de las aulas virtuales?
- 5) Reflexionad sobre otras aplicaciones que podrían tener los resultados del estudio.

Bibliografía complementaria

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

Referencia bibliográfica

O. Hernández Pérez (2014). *Conducta informacional colaborativa en grupos completamente en línea: estudio de caso en las aulas del Campus Virtual de la UOC* [trabajo final de máster]. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. <http://hdl.handle.net/10609/39221> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

1.3. Consumidores de vino mileniales: búsqueda de información y percepción de riesgo

Objetivo del estudio: investigar comparativamente, entre consumidores de vino mileniales y de mayor edad, el uso de información de productos para reducir el riesgo de tomar malas decisiones de compra. Se denomina "mileniales" a las personas nacidas en los años cercanos al 2000.

Marco de análisis: se describen las características del vino como producto de consumo. Los consumidores se ven obligados a confiar en característica externas, como la marca o el envase, para evaluar su calidad, puesto que es imposible saberlo antes del consumo. Esto obliga al consumidor a buscar información para avalar su decisión de compra. La compra de vino se percibe como riesgo cuando el resultado de la compra puede ser insatisfactorio (porque no se conoce el vino) y como un beneficio cuando el resultado ha sido satisfactorio (otorga reconocimiento social).

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea. El estudio se realiza con 409 participantes, que fueron reclutados por la empresa especializada en encuestas Survey Sampling International.

Resultados: muestran que los mileniales usan diferentes técnicas de búsqueda de información que los consumidores de más edad, por ejemplo prefieren consultar la opinión de amigos o familiares, ya sea presencialmente o por teléfono, lo que está de acuerdo con los valores de colaboración y relación en redes que distingue esta generación.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cuáles son las características de los mileniales como consumidores?
- 2) ¿Se podría haber aplicado otra técnica de investigación?, ¿cuál?
- 3) Pensad cómo se podrían traducir los resultados en una estrategia de publicación de contenidos para fomentar las ventas de vino.
- 4) ¿Os parece que un profesional de la información podría realizar este tipo de estudio? ¿Os faltaría algún tipo de conocimiento?, ¿cuál?

Bibliografía complementaria

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

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

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

Referencia bibliográfica

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

1.4. Estudio sobre las actitudes y conductas de los investigadores en la gestión de datos de investigación

Objetivo del estudio: describir las prácticas de los profesores investigadores en la gestión de los datos primarios de investigación en un entorno universitario. A pesar de que los profesores de la universidad analizada creen que están muy informados sobre la gestión de los datos de investigación, en la práctica no hacen uso de los métodos adecuados para la reutilización y preservación de sus datos.

Marco de análisis: se enfoca el estudio desde la perspectiva de la gestión de datos primarios de investigación (*data curation*) en las bibliotecas universitarias (especialmente en repositorios institucionales) y su relación con las prácticas científicas mediatizadas por las nuevas tecnologías (*e-science*).

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea. Se compone de 18 preguntas sobre las prácticas y conductas (actuales y pasadas) en relación con la gestión de los datos de investigación, así como las opiniones y actitudes que se tienen respecto a las buenas prácticas de gestión de datos de investigación promovidas por la biblioteca de la universidad. Se pregunta sobre las actitudes y el comportamiento en relación con tres áreas específicas de la gestión de datos de investigación: conservación, intercambio y necesidades educativas.

Resultados: los investigadores reconocen la necesidad de informarse mejor sobre la gestión de datos de investigación y son receptivos a tener más instancias formativas. Sin embargo, no perciben las bibliotecas universitarias como una fuente de información con experiencia en la gestión de datos, o como el mejor lugar para preservarlos.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Por qué preservar los datos de investigación es importante para los profesores dedicados a la investigación?
- 2) ¿Cuál es la actitud de los investigadores frente a las políticas de gestión de datos de investigación de la biblioteca?
- 3) ¿Cómo puede ayudar la realización del estudio a mejorar la política de gestión de datos de investigación de la universidad?
- 4) Pensad una acción formativa que se podría llevar a cabo con los investigadores para promover las buenas prácticas en la gestión de los datos de investigación.

Bibliografía complementaria

C. Soehner; C. Steeves; J. Ward (2010). *E-Science and Data Support Services: A Study of ARL Member Institutions*. Washington, DC: Association of Research Libraries. Disponible en: <http://www.arl.org/storage/documents/publications/escience-report-2010.pdf> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

M. Witt (2009). "Eliciting Faculty Requirements for Research Data Repositories". En: *Meeting of the 4th International Conference on Open Repositories*, Georgia Tech, Atlanta, Ga., 4 de junio. Disponible en: <http://hdl.handle.net/1853/28509> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

Referencia bibliográfica

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* (núm. 73(4), págs. 349-365). DOI: 10.5860/crl-255.

1.5. Información, comunidad y acción: cómo las ONG usan las redes sociales

Objetivo del estudio: conocer cómo se utiliza el *microblogging* (Twitter) en las organizaciones sin ánimo de lucro (ONG).

Marco de análisis: se presenta revisión bibliográfica sobre el papel de las redes sociales como canales de la comunicación organizacional, a través de los cuales se fomenta la participación, el diálogo y la interacción con sus usuarios y el público en general.

Metodología que se ha seguido: análisis inductivo. Se recogen los mensajes de Twitter de 73 cuentas de ONG durante dos meses del año 2009. Se obtienen 4.655 tuits, que son almacenados en una base de datos para su posterior tratamiento y análisis. Se realiza el análisis en dos niveles: los tuits y la ONG que los emite.

Resultados: en cuanto a análisis de los tuits, estos se agrupan en tres categorías funcionales: información, comunidad y acción, que representan para qué son emitidos los tuits. Información es la función básica de Twitter, ya que implica la difusión de información sobre la organización, sus actividades, etc. La segunda función, comunidad, agrupa tuits que promueven la interactividad y el diálogo para fomentar la participación. La tercera función, que denominamos acción, tiene como objetivo conseguir seguidores para “hacer algo” por la organización, ya sea para dar, comprar un producto, asistir a un evento, unirse a un movimiento o lanzar una protesta. En cuanto a las organizaciones, las ONG se clasifican según los patrones de uso de Twitter en relación con la función establecida en el análisis 1. Se identificaron tres tipos de organización: fuentes de información, creadores de comunidad y promotores/activistas. La mayoría de las ONG actúan como fuentes de información, dado que se realiza un uso informativo de Twitter.

Referencia bibliográfica

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

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cómo se relacionan los consumidores en las redes sociales?
- 2) Definid la técnica de muestreo “bola de nieve”.
- 3) Pensad cómo se podrían traducir los resultados en una estrategia de publicación de contenidos en las redes sociales para fomentar las ventas de una empresa.
- 4) ¿Os parece que un profesional de la información podría realizar este tipo de estudio? ¿Os faltaría algún tipo de conocimiento?, ¿cuál?

Bibliografía complementaria

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

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

A. Quan-Haase; J. Cothrel; B. Wellman (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.

1.6. Las redes sociales y su impacto en la conducta de los consumidores

Objetivo del estudio: estudiar la influencia de las redes sociales en la decisión de compra de los usuarios.

Marco de análisis: se aborda el papel de las redes sociales como canal de información utilizado tanto por las empresas para desarrollar estrategias de marketing, comunicándose con sus clientes, como por los propios usuarios, quienes se relacionan directamente con las empresas o con otros usuarios compartiendo opiniones, recomendaciones, etc.

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea. Se recopilaron 116 respuestas, a partir de una muestra conformada por la técnica de "bola de nieve".

Resultados: muestran que las redes sociales tienen un papel influyente en el comportamiento de los consumidores en un entorno virtual, sobre todo cuando el consumidor está a punto de hacer una compra y es más sensible a la exposición de mensajes donde se proporciona información sobre el ítem que quiere comprar.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cómo se relacionan los consumidores en las redes sociales?
- 2) Definid la técnica de muestreo "bola de nieve".
- 3) Pensad cómo se podrían traducir los resultados en una estrategia de publicación de contenidos en las redes sociales para fomentar las ventas de una empresa.
- 4) ¿Os parece que un profesional de la información podría realizar este tipo de estudio? ¿Os faltaría algún tipo de conocimiento?, ¿cuál?

Bibliografía complementaria

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

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

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

Referencia bibliográfica

E. Ioană; I. Stoica (2014). "Social Media and its Impact on Consumers Behavior". *International Journal of Economic Practices and Theories* (núm. 4(2), págs. 2247-7225). Disponible en: http://www.ijept.org/index.php/ijept/article/view/Social_Media_and_its_Impact_on_Consumers_Behavior [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

1.7. Una perspectiva centrada en el usuario: el diseño de un nuevo esquema de metadatos para videojuegos y recursos interactivos

Objetivo del estudio: crear un esquema de metadatos y vocabulario controlado para representar información sobre videojuegos.

Marco de análisis: se propone la organización del conocimiento en general, y los inconvenientes que presenta la catalogación y tematización de materiales no textuales.

Metodología que se ha seguido: combinación de análisis de dominio, entrevistas en profundidad y un diseño centrado en el usuario. El análisis de dominio se basa en la revisión de datos empíricos sobre cómo los videojuegos son descritos por la comunidad de jugadores (sitios web y catálogos comerciales especializados). Las entrevistas fueron realizadas a jugadores para conocer lo que significan los videojuegos para ellos, cómo los buscan, obtienen y evalúan, en qué tipo de información se basan para llevar a cabo estas acciones, etc. El diseño centrado en el usuario utilizó la técnica de tipificar usuarios, con diferentes características, a partir de los cuales se determinaron perfiles de conductas y necesidades informativas para grupos de usuarios.

Resultados: se crea un esquema de metadatos específico para videojuegos con un conjunto básico de 16 metadatos, y un conjunto extendido de 46 elementos. El vocabulario controlado todavía está en proceso.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Qué se investiga con el análisis de dominio?
- 2) ¿Cuáles son las características del diseño centrado en el usuario?
- 3) ¿En qué otros contextos se podría realizar un estudio similar?

Bibliografía complementaria

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

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

E. Tonkin (2007). "A user-centered approach to metadata design". En: *Proceedings of the 11th European Conference on Digital Libraries (ECDL)*. Budapest, Hungría. Disponible en: <http://www.cs.bris.ac.uk/Publications/Papers/2000693.pdf> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

Referencia bibliográfica

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

1.8. ¿Qué motiva a los buscadores de noticias en línea? Selección de nuevos ítems en un escenario social de búsqueda

Objetivo del estudio: simular una situación de búsqueda de información con un propósito social, para entender cómo la dimensión social influye en la búsqueda y selección de información.

Marco de análisis: se propone la teoría de usos y gratificaciones (*uses and gratifications theory*, UGT) del ámbito de la comunicación para guiar el análisis de las motivaciones de los participantes en la selección de las noticias en línea. La teoría asume que una audiencia de noticias activa y propositiva utiliza los medios para cumplir con necesidades psicológicas y sociales.

Metodología que se ha seguido: análisis de transacciones (*logs*) y entrevista retrospectiva. Se lleva a cabo un casi-experimento en el que se pedía a los participantes interactuar con un sitio web de noticias en línea y seleccionar artículos que serían adecuados para compartir en un entorno social. Para situar la experiencia de lectura de noticias se utilizó un escenario simulado de tarea de trabajo (Borlund, 2003).

Resultados: apuntan que se debe considerar qué necesidades no utilitarias y sociales, como el entretenimiento, pueden incidir en el comportamiento informativo.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Por qué la teoría de usos de gratificaciones es adecuada para el estudio de entornos en línea?
- 2) ¿En qué otros escenarios se podría aplicar el análisis de transacciones web?
- 3) Buscad una definición de entrevista retrospectiva.
- 4) ¿En qué otros contextos se podría realizar un estudio análogo al presentado en el presente artículo?

Bibliografía complementaria

P. Borlund (2003). "The IIR evaluation model: a framework for evaluation of interactive information retrieval systems". *Information Research* (núm. 8(3)). Disponible en: <http://informationr.net/ir/8-3/paper152.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

Referencia bibliográfica

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(3)). Disponible en: <http://InformationR.net/ir/19-3/paper634.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

2. Diseñar acciones formativas orientadas a mejorar la experiencia de información de los usuarios

2.1. La alfabetización informacional al comienzo de la práctica profesional en el ámbito de la enfermería

Objetivo del estudio: describir el comportamiento de búsqueda de información de los estudiantes de enfermería y el personal de enfermería recientemente graduado en el contexto de su práctica clínica.

Marco de análisis: como marco teórico de análisis se hace referencia a la conceptualización de la alfabetización informacional, y se describen los indicadores de competencias informáticas e informacionales requeridas en la formación de personal de enfermería. También se lleva a cabo una revisión de la literatura de los estudios anteriores sobre esta temática.

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea para evaluar el acceso y uso de fuentes y recursos de información en el marco de la práctica clínica, diferenciada según fueran estudiantes avanzados o personal de enfermería graduado. Los jefes de enfermería y el personal de biblioteca participan en entrevistas cualitativas orientadas a verificar el alcance y la disponibilidad de los recursos de información.

Resultados: muestran que los comportamientos de búsqueda de información de los recién graduados pueden diferir de los del personal de enfermería con más experiencia. Si bien los recursos interpersonales siguen siendo importantes, las fuentes de información y los recursos electrónicos son utilizados con más frecuencia por el personal de enfermería recién graduado para apoyar las decisiones sobre la atención al paciente.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cuál es el concepto de alfabetización informacional que propone el artículo?
- 2) ¿Cuáles son las habilidades relacionadas con la información requeridas a los graduados en Enfermería en Canadá?
- 3) ¿Cómo se podrían traducir los resultados del estudio en un programa formativo orientado a las habilidades informacionales?
- 4) ¿Sería posible reproducir el estudio en otras profesiones? Tanto si la respuesta es positiva o negativa, elaborad vuestros argumentos.

Bibliografía complementaria

American College of Research Libraries (2010). *Information literacy standards for higher education*. Disponible en: <http://www.ala.org/acrl/standards/informationliteracycompetency> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

Referencia bibliográfica

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

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

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

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

2.2. El compromiso de los estudiantes en la construcción colaborativa de conocimiento en proyectos grupales para la alfabetización digital

Objetivo del estudio: conocer cómo los estudiantes de educación secundaria trabajan en grupo en una tarea basada en la escritura asignada para desarrollar la alfabetización informacional. Se muestran los patrones generales de colaboración en la búsqueda y evaluación de información, consulta de fuentes de información, planificación del contenido, escritura del texto final y desarrollo de estrategias de trabajo en grupo.

Marco de análisis: está vinculado al enfoque basado en tareas de búsqueda y recuperación de información (Ingwersen y Järvelin, 2005; Vakkari, 2003). Los proyectos de aprendizaje son tareas con una función específica, dado que están diseñadas para orientar a los estudiantes en la práctica de los modos adecuados de búsqueda y uso de información. El enfoque basado en tareas más centradas en poner atención en la búsqueda y uso de información también se preocupa por analizar la tarea subyacente.

Metodología que se ha seguido: entrevista. Las entrevistas se realizaron en dos momentos diferentes: durante las clases, cuando los grupos estaban trabajando en el proyecto asignado, pero también al final del curso de la asignatura.

Resultados: pocos grupos de estudiantes colaboraron en todas las actividades (planificación del trabajo, búsqueda de información, acceso y lectura de fuentes, y escritura del trabajo final). Otros grupos tuvieron una cooperación poco coordinada en las actividades de lectura y escritura. Cerca de la mitad de los grupos dividió la actividad de escritura en textos individuales de responsabilidad personal, lo que resultó un trabajo final poco coherente.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cuáles serían las preguntas de investigación adecuadas según los objetivos de investigación declarados en el artículo?
- 2) ¿Se podría proponer otra técnica de captación de datos complementaria a la entrevista? Tanto si la respuesta es positiva o negativa, argumentad el porqué.
- 3) Reflexionad sobre las características que tendría este estudio si fuera realizado analizando a estudiantes de primaria.

Referencia bibliográfica

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

4) ¿Cómo se podrían traducir los resultados del estudio en pautas para orientar la alfabetización informacional?

Bibliografía complementaria

P. Ingwersen; K. Järvelin (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* (núm. 37(1), págs. 413-464). DOI: 10.1002/aris.1440370110.

2.3. Factores contextuales que afectan el aprendizaje en Laos y sus implicaciones en la educación en alfabetización informacional

Objetivo del estudio: mostrar que los factores contextuales deben ser considerados en el momento de planificar una formación en alfabetización informacional acuerdo con la cultura local.

Marco de análisis: relacionado con la conceptualización de la alfabetización informacional y de las dimensiones culturales propuestas por Geert Hofstede.

Metodología que se ha seguido: observación y entrevista. El estudio se realiza en cuatro escuelas de educación primaria de Laos (urbanas y rurales), en las que se entrevistan a los maestros y se realizan observaciones durante las visitas.

- **Resultados:**

Muestran que los factores contextuales, incluyendo las normas culturales locales, la falta de recursos adecuados y el tamaño de las clases, tienen un papel importante en cómo se plantean los maestros la enseñanza en el aula. Los maestros recurren a sus conocimientos locales para entender el modo como el contexto local afecta a la enseñanza y al aprendizaje en sus escuelas, y utilizan el conocimiento indígena aportado por los ancianos, los padres de los estudiantes y otras personas dentro de su comunidad como un medio para superar las deficiencias de recursos. Los autores sostienen que tanto en Laos como en otros países en vías de desarrollo con características similares no es posible utilizar el mismo concepto de alfabetización informacional que se tiene en los países desarrollados, donde generalmente se hace énfasis en el uso de las tecnologías de la información y comunicación y los recursos multimedia.

Tareas de reflexión

1) ¿Qué son las dimensiones contextuales propuestas por Hofstede utilizadas en el estudio?

2) ¿Qué pensáis sobre la adecuación de las técnicas de investigación utilizadas (entrevista y observación)? ¿Se podrían haber utilizado otras?, ¿cuáles?

3) ¿Podría aplicarse un estudio de este tipo para mejorar la oferta de alfabetización informacional, por ejemplo en bibliotecas públicas? Argumentad la respuesta.

Referencia bibliográfica

D. G. Dorner; G. E. Gorman (2011). "Contextual factors affecting learning in Laos and the implications for information literacy education". *Information Research* (núm. 16(2)). Disponible en: <http://www.informationr.net/ir/16-2/paper479.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

Bibliografía complementaria

M. B. Eisenberg (2008). "Information literacy: essential skills for the information age". *Journal of Library & Information Technology* (núm. 28(2), págs. 39-47). Disponible en: <http://studystream.org/upload/data/6/Essential%20Skills%20for%20the%20Information%20Age.pdf> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

F. W. Horton (2007). *Understanding information literacy: a primer*. París: UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

2.4. Fuentes de información y percepción de éxito: estudio en empresas de finanzas corporativas

Objetivo del estudio: investigar la percepción de éxito y cómo se relaciona con la conducta de uso de fuentes de información de los profesionales de las finanzas corporativas.

Marco de análisis: se considera el uso de fuentes como parte del comportamiento informacional en general (Ellis, 1989; Wilson, 1999, etc.). Además, se realiza una revisión de artículos que identifican las particularidades en cuanto al uso de información en empresas y profesionales dedicados a las finanzas corporativas. También se revisan artículos sobre la percepción del éxito.

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea. El estudio se realiza con profesionales que trabajan en actividades relacionadas con finanzas corporativas

Resultados: se identifica que la percepción del éxito está relacionada con las fuentes de información utilizadas. Tanto para los trabajadores como para las empresas, las fuentes de información utilizadas sirven como indicadores de éxito en el trabajo. Las empresas pueden recomendar y guiar a los profesionales en el uso de una fuente de información en particular que para ella tiene más posibilidad de incidir en el éxito de sus trabajadores. Las percepciones de éxito individuales pero también las corporativas son relevantes en la planificación de servicios de información y programas de formación en alfabetización informacional de los profesionales de las finanzas corporativas.

Referencia bibliográfica

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

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cuáles son las particularidades de los profesionales de las finanzas corporativas como usuarios de información?
- 2) ¿Cómo se tratan los datos obtenidos de las encuestas?
- 3) ¿Cómo se podrían aplicar los resultados en un programa de formación en alfabetización informacional para profesionales de las finanzas corporativas?

Bibliografía complementaria

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

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

T. D. Wilson (1999). "Models in Information Behavior Research". *Journal of Documentation* (núm. 55(3), págs. 249-270).

2.5. Los medios sociales como fuente de información: conductas de uso y evaluación en estudiantes

Objetivo del estudio: conocer cómo y por qué se utilizan los medios sociales como fuentes de información. También se analizan las acciones que llevan a cabo los usuarios para evaluar la fiabilidad de la información proporcionada en los medios sociales.

Marco de análisis: se mencionan autores que trabajan el concepto de los medios sociales como fuente de información, pero no se hace referencia a ningún marco teórico en concreto sobre la conducta informativa.

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea, que recaba información sobre las características de los usuarios y también sobre el uso y la evaluación de los medios sociales como fuentes de información.

Resultados: muestran que los sitios de redes sociales (por ejemplo, Facebook), Wikipedia y las recomendaciones de otros usuarios son las fuentes de información más utilizadas para encontrar información en general. Mientras que Wikipedia, YouTube y los sitios de pregunta/respuesta son usados para buscar información relativa a la vida cotidiana y académica. Las estrategias utilizadas para evaluar la fiabilidad dependerá de las fuentes utilizadas: por ejemplo, en Wikipedia se tienen en cuenta la calidad/cantidad de referencias o enlaces proporcionados; en YouTube o sitios de pregunta/respuesta, las reacciones de otros usuarios, etc.

Referencia bibliográfica

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

Tareas de reflexión

- 1) En vuestra vida cotidiana y/o académica, ¿utilizáis los medios sociales como fuente de información? ¿Por qué? ¿En qué casos?
- 2) Pensad otras estrategias, diferentes a las mencionadas al artículo, para evaluar la información publicada en este tipo de fuentes.
- 3) ¿Cómo se podrían traducir los resultados del estudio en pautas para orientar la alfabetización informacional?
- 4) Reflexionad sobre cómo se podría aplicar este tipo de estudio a otros contextos (laboral, vida cotidiana, etc.).

Bibliografía complementaria

A. J. Head; M. B. Eisenberg (2009). "Lessons learned: How college students seek information in the digital age". En: *Project Information Literacy First Year Report with Student Survey Findings*. Disponible en: http://projectinfolit.org/images/pdfs/pil_fall2009_finalv_yr1_12_2009v2.pdf [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

A. Lenhart; A. Smith; K. Zikuhr (2010). *Social media & mobile Internet use among teens and young adults*. Pew Research Center's Internet & American Project. Disponible en: <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Re>

ports/2010/PIP_Social_Media_and_Young_Adults_Report_Final_with_toplines.pdf [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

2.6. Optimización del comportamiento informacional mediante el uso de herramientas de *bookmarking*

Objetivo del estudio: explorar el nuevo rol de los recursos educativos a partir de un análisis en tres niveles compuesto por investigación del comportamiento informativo de estudiantes en el uso de recursos educativos disponibles en internet; el análisis funcional y de usabilidad de las herramientas que apoyan la gestión y el uso de los recursos de información, y una prueba piloto de una herramienta de *bookmarking* en las aulas virtuales de la asignatura de interacción persona-ordenador como práctica para mejorar el comportamiento informacional de los estudiantes.

Aunque es un estudio que investiga sobre más temas que el comportamiento informacional, se considera un buen ejemplo de cómo se puede vertebrar este tipo de estudios con otros análisis relacionados.

Marco de análisis: se parte de la construcción social del conocimiento en las aulas virtuales y su relación con la alfabetización informacional (también conocida como competencias informacionales).

Metodología que se ha seguido: para el estudio de la conducta informativa se realiza una entrevista por correo electrónico, en la que se busca la reflexión de los estudiantes, a partir de un trabajo práctico real ya efectuado, sobre su manera de gestionar y utilizar los recursos recuperados y cuál sería la manera ideal para llevarla a cabo desde su punto de vista.

La evaluación de las herramientas de *bookmarking* se realiza a partir de un estudio heurístico de usabilidad.

En cuanto a la prueba piloto de utilización de una herramienta de *bookmarking*, se basa en la observación de los resultados de su aplicación.

Resultados: muestran un escaso uso de herramientas específicas para gestionar los recursos de información. Por esta razón, y para promover las competencias informacionales asociadas a ellas, se recomienda que el uso de las herramientas sea obligatorio en los cursos con incidencia en la calificación de este. La prueba piloto de la herramienta muestra que se debe incorporar su uso al inicio del curso; de otro modo los estudiantes desarrollan otras estrategias de gestión de la información y se resisten a cambiarlas. Asimismo, la usabilidad de la herramienta de *bookmarking* incide en su utilización.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Por qué se relacionan las herramientas de *bookmarking* con el comportamiento de gestión de información?
- 2) Las entrevistas se basan en recordar una experiencia pasada de gestión y uso de información, lo que se denomina comúnmente incidente crítico. ¿Podrías elaborar una breve definición de este concepto?
- 3) Pensad otras estrategias, diferentes de las mencionadas en el artículo, para evaluar la información publicada en este tipo de fuentes.
- 4) ¿Cómo se relaciona en el artículo el estudio del comportamiento informativo y la usabilidad?
- 5) Reflexionad sobre cómo se podría aplicar este tipo de estudio en otros contextos (laboral, vida cotidiana, etc.).

Bibliografía complementaria

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

Referencia bibliográfica

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* (núm. 12(1), págs. 168-189). Disponible en: http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/revistatesi/article/view/7828/7855 [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

3. Mejorar el diseño de sistemas y servicios que impliquen prácticas con la información

3.1. Barreras para la búsqueda colaborativa de información en organizaciones

Objetivo del estudio: identificar las barreras para la búsqueda de información colaborativa (*collaborative information seeking*, CIS) en entornos organizacionales.

Marco de análisis: se realiza una revisión de artículos que estudian la CIS desde las ciencias de la información y documentación, pero también se mencionan otras disciplinas, como por ejemplo interacción persona-ordenador (IPO), comportamiento organizacional, trabajo colaborativo asistido por ordenador (*computer-supported cooperative work*, CSCW).

Metodología que se ha seguido: incidente crítico y encuesta en línea. Se realizó el estudio con 307 trabajadores de diferentes empresas que participan en el mercado virtual de trabajo Amazon Mechanical Turk.

Resultados: se identifican barreras que se agrupan en las siguientes categorías: barreras organizativas, barreras tecnológicas, barreras individuales y barreras a nivel de equipo. Los autores consideran, al tener experiencia en la realización de estudios sobre comportamiento informacional en otros contextos, por ejemplo el de la salud, que la identificación de barreras en contextos organizacionales no se puede generalizar, lo que constituye barreras para una organización puede no serlo para otras.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Desde qué disciplinas se puede estudiar el CIS?
- 2) ¿Cuáles son las barreras identificadas por el CIS?
- 3) ¿A partir de qué situación se desarrolla el incidente crítico?
- 4) ¿Cómo pueden los resultados ayudar a un mejor diseño de herramienta para la búsqueda colaborativa de información?

Bibliografía complementaria

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

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

Referencia bibliográfica

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

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

3.2. Comportamiento de información entre mujeres jóvenes en contextos vulnerables e inclusión social: el papel de los mediadores sociales

Objetivo del estudio: estudio de los mediadores institucionales (médicos, trabajadores sociales, psicólogos, profesores, maestros y educadores sociales) como intermediarios de la información en contextos desfavorecidos o marginales. Este estudio forma parte de un estudio más amplio que trata el comportamiento informacional de mujeres jóvenes y adolescentes en estos contextos.

Marco de análisis: el estudio de los mediadores sociales en relación con el comportamiento informativo de la comunidad se relaciona con las aportaciones teóricas de Sturges (2001), Chatman (1996, 1999), Savolainen (2008), Hersberger (2003), Case (2005) y Pettigrew (1999), en cuanto a que sitúan al mediador social como intermediario en los procesos de búsqueda de información y de relación con los usuarios en contextos desfavorecidos o marginales, pero también permiten entender la interacción de las personas con la información en este tipo de contextos.

Metodología que se ha seguido: entrevista en profundidad y grupo focal (*focus group*). Se planificaron dos entrevistas en profundidad, una con mediadores institucionales como informantes cualificados y otra con mediadores institucionales pero como usuarios de información. También se plantearon dos grupos focales, uno con mediadores y otro con miembros de una red social.

Resultados: los mediadores sociales tienen un importante papel en la transferencia de información dentro de la comunidad estudiada, dado que actúan como nexo entre las mujeres jóvenes y adolescentes en las que se centra esta investigación, y los procesos de apropiación de información y conocimiento para el desarrollo personal y comunitario. Los mediadores como usuarios de la información tienen tendencia a intercambiar frecuentemente puntos de vista e ideas con colegas o compañeros de trabajo como en una comunidad de práctica.

Tareas de reflexión

- 1) Explicad el modelo de mínimo esfuerzo que propone Case.
- 2) ¿Quiénes son los mediadores institucionales?
- 3) ¿Cuál es la función de un informante cualificado?
- 4) Buscad una definición de grupo focal (*focus group*).
- 5) ¿Cómo pueden los resultados ayudar a un mejor diseño de servicios y productos de información para la comunidad estudiada?

Referencia bibliográfica

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

Bibliografía complementaria

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

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

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

J. Hersberger (2003). "Are the economically poor information poor? Does the Digital Divide affect the homeless and access to information?". *Canadian Journal of Information & Library Sciences* (núm. 27(3), págs. 45-64). Disponible en: http://www.caais-acsi.ca/proceedings/2003/Hersberger_2003.pdf [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

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

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

3.3. Comprendiendo las conductas de búsqueda y uso de información de arquitectos

Objetivo del estudio: estudiar la conducta informativa, relacionada con la búsqueda y el uso de información, de estudiantes de posgrado en diseño urbano y diseño arquitectónico cuando realizan proyectos de diseño.

Marco de análisis: se utiliza el modelo de Ellis (1989) sobre comportamiento de búsqueda de información, teniendo en cuenta también las aportaciones de Meho y Tibbo (2003), Makri (2009), Palmer (2009) y Schneiderman (2001).

Metodología que se ha seguido: se propone una triangulación de técnicas (observación, lectura de textos y entrevista semiestructurada). La observación de los estudiantes se realiza en un espacio acordado, donde el observador realiza preguntas para hacer reflexionar o verbalizar sobre las prácticas de información que están realizando. La lectura de textos se realiza sobre bibliografía especializada para comparar los datos recogidos con los modelos teóricos sobre búsqueda de información. Las entrevistas semiestructuradas permitieron confrontar los datos obtenidos con bibliotecarios especializados en el área temática.

Resultados: a pesar de que la conducta informativa de los estudiantes de arquitectura presenta elementos en común con el comportamiento de estudiantes y profesionales de otras disciplinas, tiene rasgos singulares debido a la naturaleza de la disciplina. En el comportamiento de búsqueda también se reconocen conductas de exploración y encuentro casual de información (serendipia), y es muy importante la visualización y el acceso de la información. Asimismo, destacan el uso de información (edición y registro) y la comunicación (intercambio y difusión), además de la preferencia por las imágenes y los materiales multimedia. Se destaca la importancia de colaborar en la creación, por parte de los servicios bibliotecarios, de herramientas para fomentar la creatividad de los estudiantes.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cómo se relaciona la creatividad con la conducta informativa?
- 2) ¿Dónde se desarrolla la técnica de observación en el estudio?
- 3) ¿Qué significa una triangulación metodológica?
- 4) Registrad las recomendaciones para el diseño de herramientas electrónicas que proponen los autores.

Bibliografía complementaria

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

S. Makri (2009). *A study of lawyers' information behavior leading to the development of two methods for evaluating electronic resources* [tesis doctoral]. Londres: University College London. Disponible en: <http://eprints.ucl.ac.uk/5095> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

C. Palmer; L. Tefteau; C. Pirmann (2009). *Scholarly information practices in the online environment: Themes from the literature and implications for library service development*. Dublin, OH: OCLC Research and Programs. Disponible en: <http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2009/2009-02.pdf?urlm=162919> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

3.4. Comprendiendo las necesidades y la conducta de búsqueda de información en los usuarios de móviles

Objetivo del estudio: conocer cómo y por qué los usuarios utilizan dispositivos móviles (teléfonos, tabletas, agendas, etc.) para acceder o adquirir información, a la vez que se evalúa la adecuación de la entrevista como principal instrumento de captación de datos.

Marco de análisis: se citan trabajos de otros autores relacionados con el uso, los temas e intereses detectados, y los contextos de uso de internet en dispositivos móviles.

Referencia bibliográfica

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

Metodología que se ha seguido: entrevistas. Se realizan a graduados de universidades norteamericanas. Para ser seleccionados, los participantes debían tener un plan de datos contratado y estar familiarizados con el uso de internet en el móvil. La entrevista pretendía obtener información sobre el uso del dispositivo, los hábitos de uso de internet en el móvil, las necesidades de información y el comportamiento de búsqueda, presentación de los resultados obtenidos y consideraciones sobre la privacidad y seguridad.

Resultados: aportan información sobre la percepción que tienen los propios usuarios sobre sus hábitos de uso, motivaciones, comportamiento de búsqueda y problemas de seguridad con relación al uso de dispositivos móviles.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cuáles son los tipos de necesidades de información identificadas en un entorno de internet en el móvil?
- 2) Teniendo en cuenta las categorías de datos que prevé la entrevista, ¿podrías elaborar preguntas diferentes a las incluidas en el artículo?
- 3) ¿Cómo se podrían beneficiar los creadores de aplicaciones y dispositivos de los resultados del estudio?
- 4) ¿Es posible complementar un estudio de este tipo con preguntas sobre accesibilidad y usabilidad de los dispositivos?

Bibliografía complementaria

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

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

Referencia bibliográfica

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

3.5. La conducta informacional de los historiadores de la familia

Objetivo del estudio: estudiar el comportamiento informativo de búsqueda en línea de los historiadores de la familia (*family historian*), con el fin de obtener pautas para dotar de mayor visibilidad a las colecciones locales y de alentar la visita presencial de los recursos que no tienen una versión electrónica. Se denomina historiadores de la familia a aquellas personas que investigan su pasado familiar, en colecciones de archivos y bibliotecas, con el objeto de adquirir información sobre sus antepasados.

Marco de análisis: se propone una perspectiva centrada en el usuario, eligiendo los marcos teóricos que abordan la búsqueda de información (Kuhlthau, 1991; Ellis, 1989, etc.), pero también la búsqueda de información especializada en genealogía (Duff y Johnson, 2003; Yakel, 2004; Fulton, 2009a y 2009b, etc.).

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea, diarios y sombreado (*shadowing*) semiparticipativa. La técnica del sombreado o seguimiento es utilizada en el ámbito del diseño centrado en el usuario, y comprende el acompañamiento al usuario de cerca, observando sus acciones, sin influir o influyendo parcialmente, en el contexto real de contacto con el servicio.

Resultados: se identifica un modelo de búsqueda de información en línea para los historiadores de la familia, en el que se reconoce que los usuarios de este tipo pasan por tres etapas: acciones, estrategias y resultados. Este modelo es de tipo circular, dado que aunque el usuario se encuentre en una de las fases puede volver a la anterior para buscar más datos o confirmar algún tipo de información ya obtenida.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Cuáles son las características de cada una de las etapas propuestas en el modelo de búsqueda de información en línea de los historiadores de la familia?
- 2) En este tipo de comportamiento informacional se reconocen elementos afectivos, ¿cómo lo argumentarías?
- 3) ¿Podrías elaborar una definición de diario como técnica de investigación cualitativa?
- 4) ¿Cómo se podrían utilizar los resultados del estudio para mejorar las estrategias de captación de este tipo de usuarios en la biblioteca y archivos?

Bibliografía complementaria

- W. M. Duff; C. A. Johnson (2003). "Where is the list with all the names? Information-seeking behavior of genealogists". *American Archivist* (núm. 66(1), págs. 79-95).
- D. Ellis (1989). "A behavioural model for information retrieval system design". *Journal of Information Science* (núm. 15(4/5), págs. 237-247).
- C. Fulton (2009a). "The pleasure principle: the power of positive affect in information seeking". *Aslib Proceedings* (núm. 61(3), págs. 245-261).
- C. Fulton (2009b). "Quid pro quo: information sharing in leisure activities". *Library Trends* (núm. 57(4), págs. 753-768).
- C. C. Kuhlthau (1993). *Seeking meaning: A process approach to library and information services*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- E. Yakel (2004). "Seeking information, seeking connections, seeking meaning: genealogists and family historians". *Information Research* (núm. 10(1)). Disponible en: <http://InformationR.net/ir/10-1/paper205.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

3.6. Creando y compartiendo: las prácticas informativas de los adolescentes en las comunidades digitales

Objetivo del estudio: analizar y describir las prácticas de información de los adolescentes en comunidades de creación y compartición de contenido.

Marco de análisis: se tiene en cuenta la propuesta teórica sobre prácticas de información de Savolainen (2008) y el concepto de comunidades de práctica de Wenger (2001).

Referencia bibliográfica

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

Metodología que se ha seguido: observación no participante en entorno en línea y entrevista.

Resultados: los resultados identifican las prácticas de información más desarrolladas: aprendizaje sobre la comunidad (*learning community*), estética negociada (*negotiating aesthetic*), control negociado (*negotiating control*), capacidad de negociación (*negotiating capacity*) y representación del conocimiento. Estas prácticas de información modelan el modo de participar y relacionarse entre los miembros de estas comunidades, pero a la vez permiten definir las como tales.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Es posible establecer una relación entre las comunidades de práctica y el comportamiento informacional colaborativo? ¿Y con el comportamiento informacional individual?
- 2) ¿Cuál es la diferencia entre la observación participante y la no participante?
- 3) Pensad que vosotros estáis realizando este mismo estudio: ¿cuáles serían las ventajas y desventajas de realizar una observación no participante?
- 4) ¿Quiénes podrían beneficiarse de los resultados de este estudio?
- 5) Reflexionad sobre cómo se podrían traducir los resultados del estudio en mejoras en los sistemas de búsqueda y recuperación de información musical.

Bibliografía complementaria

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

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

Referencia bibliográfica

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

3.7. Estudio sobre cómo se comparte información en Facebook

Objetivo del estudio: identificar el tipo de información que comparten, con las diferentes categorías de amigos, los usuarios de Facebook.

Marco de análisis: se hace referencia a estudios anteriores donde se analiza la información difundida en las redes sociales por parte de sus usuarios

Metodología que se ha seguido: encuesta, donde se tipificaban los siguientes tipos de información: la universidad, salud, entretenimiento, compras, comida, afición, trabajo, moda e información relacionada con el deporte. Las categorías de amigos se definieron como compañeros de escuela, amigos de la familia y parientes, colegas, amigos y amigos con intereses comunes.

Resultados: muestran que el tipo de información más compartida en Facebook es de carácter trivial, aunque se reconoce que las personas realizan una difusión diferenciada de la información según el grado de proximidad que se tiene con los contactos. La información más relevante o confidencial, como la relacionada con la salud, el trabajo o el centro de estudio, se reserva para aquellos contactos más próximos al usuario.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Conocéis otras redes sociales, aparte de Facebook, donde se podría implementar un estudio similar?
- 2) ¿Os parece que los resultados son realistas? ¿Qué opináis sobre la divulgación en internet de vuestros datos personales?
- 3) ¿Qué tipo de instituciones o empresas se podrían beneficiar de este estudio?
- 4) Reflexionad sobre si sería posible plantear un estudio complementario sobre el tipo de información sensible que se divulga por las redes sociales. ¿Cuáles serían sus posibles aplicaciones?

Bibliografía complementaria

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

M. R. Morris; J. Teevan; K. Panovich (2010a). "A comparison of information seeking using search engines and social networks". En: *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM 2010)* (págs. 23-26). Palo Alto, CA: Association for the Advancement of Artificial Intelligence. Disponible en: <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/download/1518/1879> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

3.8. Estudio sobre necesidades y conductas de búsqueda y uso de información en el ámbito de la música: resultados preliminares

Objetivo del estudio: analizar las necesidades y conductas de búsqueda y uso de información para mejorar el diseño de sistemas de recuperación de información musical. El estudio forma parte del proyecto *Human Use of Music Information Retrieval Systems* (HUMIRS).

Marco de análisis: se considera que los estudios sobre necesidades y uso en los ámbitos de la recuperación de información musical (*music information retrieval*, MIR) y las bibliotecas digitales musicales (*musical digital library*, MDL) presentan unas particularidades que exceden a los típicos estudios sobre necesidades y uso referenciados en la primera versión del modelo teórico de Wilson (1999). Por esta razón, se propone como marco de análisis una teoría fundamentada (*grounded theory*) en la información recabada en listas de distribución, foros,

Referencia bibliográfica

Ch. Ramaswami; M. Murugathasan; P. Narayanasamy (2014). "A survey of information sharing on Facebook". *Information Research* (núm. 19(4)). Disponible en: <http://www.informationr.net/ir/19-4/istic/isticp8.html>

comunidades e investigaciones especializadas en las áreas de MIR y MDL. Estos datos determinan el contenido de la encuesta sobre necesidades y uso de información musical.

Metodología que se ha seguido: encuesta enviada por correo electrónico. El estudio analiza dos comunidades de usuarios: a) comunidad de la universidad UIUC (University of Illinois at Urbana-Champaign, Estados Unidos) y b) población en general mayor de 18 años. El documento trata solamente la implementación del estudio del primer grupo, la comunidad universitaria UIUC, compuesta por estudiantes, personal docente y administrativo.

Resultados: se orientan a que las personas desarrollan conductas de búsqueda sobre información musical influenciadas por interacciones sociales informales (revisiones, valoraciones, recomendaciones, etc.). También se detecta que se prefiere la inclusión de metadatos contextuales a los metadatos bibliográficos más centrados en el contenido.

Tareas de reflexión

- 1) El marco de análisis se posiciona desde la teoría fundamentada, ¿cuáles son las fuentes desde las que se obtienen los datos?
- 2) ¿Cuáles son los criterios adoptados por el agrupamiento de preguntas en la encuesta?
- 3) Reflexionad sobre cómo se podrían traducir los resultados del estudio en mejoras en los sistemas de búsqueda y recuperación de información musical.

Bibliografía complementaria

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

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

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

T. D. Wilson (1999). "Models in Information Behavior Research". *Journal of Documentation* (núm. 55(3), págs. 249-270).

3.9. Expectativas y motivaciones de los usuarios para crear colecciones digitales personales en los sitios web de los museos

Objetivo del estudio: analizar las motivaciones, las expectativas y el uso de los sistemas de personalización (en las interfaces "mi colección" o "mi museo") de las colecciones digitales de los museos. En este tipo de interfaz los usuarios son animados a crear sus propias colecciones personales de los objetos existentes en las colecciones digitales de los museos, en tanto que suponen una interacción del usuario con la colección con fines de ocio y entretenimiento.

Referencia bibliográfica

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

Marco de análisis: se relaciona la personalización de entornos virtuales con las áreas de gestión de la información personal (Beagrie, 2005; Jones, 2007) y el etiquetado social (Bearman y Trant, 2005).

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea. Se incorpora un vínculo a la encuesta en el sector de personalización (“mi colección” o “mi museo”) a la página web de los museos participantes del estudio.

Resultados: se muestra que, a pesar de los esfuerzos de los profesionales por implementar este tipo de interfaces, los usuarios no realizan un uso continuo de estas aplicaciones.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Podrías proponer otro marco de análisis posible para el estudio? ¿Cuál o cuáles?
- 2) ¿Os parecen adecuadas las preguntas de investigación para guiar el estudio? ¿Por qué?
- 3) ¿Qué elementos se podrían mejorar en el modo de realizar la encuesta?
- 4) ¿Qué estrategias se podrían implementar para fomentar que los usuarios de las web de los museos pasaran a ser usuarios activos en la creación y difusión del conocimiento?
- 5) ¿Se podría aplicar un estudio de este tipo en los museos de Cataluña o España? Tanto si la respuesta es positiva o negativa, reflexionad sobre el porqué.

Bibliografía complementaria

N. Beagrie (2005). “Plenty of room at the bottom? Personal digital libraries and collections”. *D-Lib Magazine* (núm. 11(6)). Disponible en: <http://www.dlib.org/dlib/june05/beagrie/06beagrie.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

D. Bearman; J. Trant (2005). “Social terminology enhancement through vernacular engagement: Exploring collaborative annotation to encourage interaction with museum collections”. *D-Lib Magazine* (núm. 9(1)1). Disponible en: <http://www.dlib.org/dlib/sep-tember05/bearman/09bearman.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

C. Borgman (2003). *Personal digital libraries: Creating individual spaces for innovation. NSF tabla digital library futuras workshop*. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810009808#> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

Referencia bibliográfica

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

3.10. Incertidumbre en la búsqueda y recuperación de información: un estudio en un entorno académico

Objetivo del estudio: estudiar si se produce incertidumbre en las diferentes etapas del proceso de búsqueda y recuperación de información en un entorno académico de información electrónica.

Marco de análisis: la incertidumbre se trata en relación con las diferentes etapas del proceso de búsqueda y recuperación de información tal como las identifican los modelos teóricos de Kuhlthau (1993a) y Ellis (1989), a partir de la selección de datos, búsqueda, recuperación, acceso y uso de la informa-

ción electrónica. También se incorpora la noción de Anderson (2006) de que la incertidumbre en las diferentes etapas de un proceso de búsqueda y recuperación de información no solo es negativa, sino que presenta elementos positivos porque puede dar lugar a la creatividad e innovación.

Metodología que se ha seguido: encuesta en línea. Se realiza una muestra de profesores, personal de investigación y doctorandos. Los participantes se seleccionan de una lista de distribución académica a nivel nacional en el Reino Unido: JISC mail service.

Resultados: se demuestra que existen diferentes grados de incertidumbre entre los diferentes grupos de usuarios diferenciados por edad, género, habilidades TIC, categorías y ámbito disciplinario, en referencia a las diferentes actividades de la búsqueda de información y en relación con fuentes y canales de información específicos.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Podrías detectar cómo se relacionan los marcos de análisis con la encuesta utilizada?
- 2) ¿Qué ventajas y/o desventajas puede tener la realización de una encuesta en línea sobre un hecho de manera presencial?
- 3) ¿Qué programas informáticos utilizarías para realizar una encuesta en línea?
- 4) A partir de la lectura del artículo, reflexionad sobre cómo se podrían mejorar los servicios y sistemas de información en un entorno digital.

Bibliografía complementaria

T. D. Anderson (2006). "Uncertainty in action: Observing information seeking within the creative processes of scholarly research". *Information Research* (núm. 12(1)). Disponible en: <http://InformationR.net/ir/12-1/paper283.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

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

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

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

Referencia bibliográfica

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, págs. 157-175). DOI: 10.1016/j.ipm.2010.09.006.

3.11. Preferencias en el uso de medios sociales para buscar y comunicar información sobre salud y estilo de vida

Objetivo del estudio: investigar, comparativamente con la búsqueda en otros canales, las preferencias en el uso de los medios sociales para comunicar y buscar información sobre salud y estilo de vida.

Marco de análisis: desde la conducta informativa se considera a los medios sociales como un canal más de información. Se revisan estudios anteriores sobre el uso de este tipo de canales para comunicar y buscar información relacionada con la salud y el estilo de vida.

Metodología que se ha seguido: encuesta (por teléfono e internet). Se realizan dos muestras aleatorias de personas mayores de 18 años.

Resultados: muestran tendencias que pueden ayudar a los profesionales de la salud a plantear políticas de publicación de contenidos más adecuadas a las demandas de los usuarios. Se desprende la preferencia de unos canales sobre otros, lo que también proporciona pautas para publicar contenidos estratégicos de información de calidad para la promoción de hábitos saludables y vida sana.

Tareas de reflexión

- 1) ¿Con qué otros canales de información se podría comparar el uso de los medios sociales?
- 2) ¿Podrías detallar las ventajas y desventajas de realizar una encuesta por teléfono o por internet?
- 3) ¿El método de análisis de los datos es cualitativo o cuantitativo? Desarrollad la respuesta.
- 4) ¿Qué tipo de instituciones u organismos podrían estar interesados en este tipo de estudios?

Bibliografía complementaria

S. Fox (2011). *The social life of health information 2011*. Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project. Disponible en: <http://pewinternet.org/Reports/2011/Social-Life-of-Health-Info> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

Á. Pálsdóttir (2009). "Seeking information about health and lifestyle on the Internet". *Information Research* (núm. 14(1)). Disponible en: <http://informationr.net/ir/14-1/paper389.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

R. Savolainen (2010). "Dietary blogs as sites of informational and emotional support". *Information Research* (núm. 15(4)). Disponible en: <http://InformationR.net/ir/15-4/paper438.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

3.12. Usos sociales de la información personal sobre salud en una comunidad en línea de pacientes

Objetivo del estudio: identificar y analizar cómo los usuarios de la comunidad virtual PatientsLikeMe comparten información personal relacionada con la salud con otros pacientes.

Marco de análisis: analiza las particularidades de una comunidad virtual en la que se comparte información personal sobre la salud entre pacientes, y cómo este tipo de comunidades tiene efectos en la relación médico/paciente.

Metodología que se ha seguido: no se especifica, solo se hace referencia al hecho de que se ha utilizado una metodología cualitativa que implicaba el análisis de los comentarios realizados en los perfiles de los pacientes en la plataforma que aloja a la comunidad.

Referencia bibliográfica

A. Pálsdóttir (2014). "Preferences in the use of social media for seeking and communicating health and lifestyle information". *Information Research* (núm. 19(4)). Disponible en: <http://www.informationr.net/ir/19-4/paper642.html> [Fecha de consulta: 30 de enero del 2015].

Resultados: los pacientes que eligen compartir explícitamente información personal sobre su salud se benefician del proceso, dado que les permite participar en diálogos que les proporcionan información para una autogestión de su enfermedad.

Tareas de reflexión

- 1) Considerando la información que proporciona el artículo sobre la metodología empleada, ¿cuál propondrías vosotros que reuniera las características mencionadas?
- 2) ¿Podrías pensar otro caso similar al estudio en el que se comparta información confidencial entre pares?
- 3) ¿Cómo se podrían traducir los resultados en mejoras en la plataforma que sustenta la comunidad virtual?
- 4) ¿Habría implicaciones extra en que la comunidad virtual tuviera una aplicación para dispositivos móviles (app)?

Bibliografía complementaria

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 Resesearch* (núm. 2). DOI: 10.2196/jmir.7.2.e15.

G. Eysenbach; J. Powell; M. Englesakis; C. Rizo; A. Stern (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, pág. 1166). DOI: 10.1136/bmj.328.7449.1166.

Referencia bibliográfica

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(3)). DOI: 10.2196/jmir.1053.

Resumen

En este módulo hemos presentado diferentes ejemplos de estudios sobre comportamiento informativo extraídos de la literatura especializada. Aunque no es una selección exhaustiva, los ejemplos aportan ideas sobre los temas de investigación que se pueden implementar mediante los estudios de comportamiento informacional.

Para el profesional de la información, plantear realizar un estudio sobre comportamiento informacional puede resultar una experiencia fácil o difícil, según las características personales y el bagaje profesional que se tenga.

El acceso a ejemplos de estudios sobre comportamiento informacional permite tener una orientación respecto a marcos de análisis utilizables, objetivos planteables, metodologías y técnicas de aplicación, tipos de resultados que se pueden obtener y aplicaciones que puedan resultar de estos estudios para optimizar la relación entre las personas y la información en cualquiera de sus manifestaciones.

