

Introducción a la interacción de humanos con la información (IHI)

Sílvia Arano Poggi
Eva Ortoll Espinet

PID_00221245



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	7
1. Los humanos y la información, una relación inevitable	9
2. ¿Quién estudia la interacción de los humanos con la información?	13
2.1. El comportamiento informacional, sistemas de interrogación y recuperación de información	21
2.2. El comportamiento informacional y la arquitectura de la información	25
2.3. La experiencia de información (IX)	27
3. ¿Qué es el comportamiento informacional?	30
3.1. Definición	30
3.2. El comportamiento informacional integra numerosas actividades	32
3.2.1. Adquirir	32
3.2.2. Evaluar	34
3.2.3. Filtrar	35
3.2.4. Usar	35
3.2.5. Compartir	36
3.2.6. Crear	37
3.2.7. Organizar y la PIM	37
3.2.8. La necesidad de información	38
3.3. Otras dimensiones del comportamiento informacional	39
Resumen	41
Bibliografía	43

Introducción

En este módulo haremos una presentación del comportamiento informacional, o, lo que es lo mismo, de cómo las personas se relacionan con la información. La oferta actual de dispositivos, herramientas, medios, contextos, situaciones y entornos con los que las personas realizamos algún tipo de acción con la información es cada vez más rica y compleja. Esta circunstancia provoca que sea más necesario que nunca prestar atención a las experiencias que tienen las personas en cualquiera de los procesos y prácticas relacionados con el consumo o producción de información. Los profesionales de la información tenemos la posibilidad de contribuir a que estas experiencias con la información sean positivas para los usuarios. El modo de conseguirlo es estudiando cómo y dónde tienen lugar estas experiencias, qué factores intervienen y de qué manera el usuario percibe todo ello. El conocimiento generado con estos estudios nos tiene que ayudar a diseñar sistemas, servicios, productos, acciones formativas y políticas de información que se ajusten a una realidad cambiante, dinámica y laberíntica.

En primer lugar abordaremos el concepto de interacción de los humanos con la información, lo que nos ayudará a situar el objeto de estudio de la asignatura. Así pues, la definición de la IHI nos servirá para presentar el concepto de comportamiento informacional, entendido como la IHI estudiada desde las ciencias de la información y de la documentación.

Dado que el estudio de la IHI no es terreno exclusivo de los profesionales y académicos relacionados con las ciencias de la información y de la documentación, la primera parte del módulo la dedicaremos a definir y presentar aquellos conceptos, disciplinas y, en algún caso, metodologías que también se ocupan de estudiar algún aspecto de la IHI. La relación que presentamos no es exhaustiva, sino que hemos seleccionado aquellas áreas más cercanas a las prácticas profesionales de nuestro sector. En este módulo dedicamos un apartado especial a la relación entre el comportamiento informacional y otros ámbitos de estudio dentro de nuestra disciplina. Nos estamos refiriendo a los apartados “2.1. El comportamiento informacional, sistemas de interrogación y recuperación de información” y “2.2. El comportamiento informacional y la arquitectura de la información”, en los que analizamos las vinculaciones del comportamiento informacional con los sistemas de interrogación y la recuperación de información, por un lado, y con la arquitectura de la información, por otro. Estos ámbitos, que como veremos están estrechamente relacionados en cuanto al objeto de estudio, a menudo quedan alejados tanto en la práctica como en sus planteamientos teóricos.

Finalizamos el apartado “2. ¿Quién estudia la interacción de los humanos con la información?” con una reflexión en torno al concepto de experiencia de información, entendida como un planteamiento holístico para el estudio de la IHI y en el que confluyen, o deberían confluir, aportaciones de las diferentes disciplinas que se ocupan de este tema.

El último apartado del módulo lo dedicamos a describir el concepto de comportamiento informacional, y más específicamente las principales acciones y procesos a partir de los que podemos estudiarlo. Finalizamos con una reflexión sobre dimensiones vinculadas al comportamiento informacional donde la IHI no es tan evidente.

Objetivos

1. Comprender el concepto de interacción de los humanos con la información.
2. Conocer disciplinas que estudian la interacción de los humanos con la información fuera del ámbito de las ciencias de la información y de la documentación.
3. Identificar nombres y conceptos vinculados a la IHI y describir sus diferencias.
4. Identificar los métodos y enfoques que aporta cada una de estas áreas al estudio de la IHI.
5. Identificar cómo los ámbitos de estudio de la IHI se pueden relacionar y enriquecer mutuamente.
6. Comprender el concepto de comportamiento informacional e identificar las principales acciones y procesos a partir de los que se suele estudiar.

1. Los humanos y la información, una relación inevitable

Para R. Fidel, el concepto de interacción de los humanos con la información (IHI) hace referencia a un área de conocimiento que estudia cualquier tipo de interacción (es decir, cualquier tipo de acción recíproca) entre las personas y la información, en multitud de formatos y propósitos. Para el autor, la IHI es un campo multidisciplinario y sitúa el comportamiento informacional como la disciplina que estudia la IHI desde la perspectiva de los profesionales de la información.

Interacción

La RAE define *interacción* como: "Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.". Por su parte, la acción es la posibilidad o resultado de "hacer" algo.

El estudio de la interacción de los humanos con la información en el ámbito de las ciencias de la información y de la documentación se sustenta en la idea de que para diseñar sistemas y servicios de información que apoyen la interacción de las personas con la información hay que poder entender cómo es realmente esta interacción. Los sistemas de información pueden ser estrictamente tecnológicos, sociotécnicos o sencillamente humanos. Por lo tanto, el estudio del comportamiento informacional tiene implicaciones no solo en el diseño de interfaces de búsqueda y recuperación de información, sino también a la hora de elaborar políticas de información, reestructurar servicios, definir métodos de trabajo, diseñar acciones formativas o entender dinámicas sociales.

Aclaración

Como hemos apuntado, empleamos la expresión *comportamiento informacional* para referirnos a la IHI desde la visión de los profesionales de la información. Aun así, en algunos párrafos de este material nos ha parecido apropiado mantener la forma IHI.

Reflexión

¿Podrías poner un ejemplo de un sistema de información tecnológico, otro sociotécnico y otro humano?

Tradicionalmente, podríamos decir que el comportamiento informacional (CI) tiene que ver con las decisiones y acciones de los usuarios en el momento de emplear un sistema o un servicio de información. Cada vez más, el estudio del CI tiene en cuenta no solo las decisiones y las acciones para obtener o emplear una determinada información, sino también la experiencia total de interacción. Es decir, la tendencia es analizar la experiencia como un todo a partir de aspectos racionales y afectivos. A partir de aquí nos podemos hacer preguntas del tipo: ¿Cómo se sienten los usuarios cuando emplean un servicio de información? ¿Para qué y cómo utilizan un sistema de información? Algunas de estas experiencias tienen lugar en nuestra actividad cotidiana sin que nos demos cuenta de que estamos interactuando con información. Veamos algunos ejemplos:

- Cuando nos interesamos por aquello que publican otras personas (por ejemplo, al hacernos seguidores de la información que publican diferentes actores en su cuenta de Twitter).
- Cuando pensamos que existe determinada información que hay que difundir (por ejemplo, al compartir información en plataformas como YouTube, Instagram, etc.).
- Cuando ponemos al alcance de los otros nuestras reflexiones, gustos o experiencias personales (por ejemplo, al crear un blog, participar en un foro, etc.).
- Cuando escuchamos el estado del tráfico por la radio.

Otras experiencias y acciones son más fácilmente identificables con una concepción más clásica de “interacción con la información”, que se asocia al uso de determinados recursos de información:

- Cuando navegamos por una página web para localizar información sobre un espectáculo de ocio.
- Cuando vamos a una biblioteca a pedir un libro en préstamo.
- Cuando consultamos la base de datos de clientes en la intranet de nuestro trabajo.
- Cuando rellenamos un formulario para solicitar un trámite a la Administración.

Actividad

Pensad en una acción o experiencia que hayáis realizado durante las tres últimas horas y que haya supuesto algún tipo de interacción con información. Por ejemplo, escuchar las noticias por la radio. No es necesario que la información haya sido digital ni que hayáis interactuado con un servicio de información tradicional.

En cualquier caso, como profesionales de la información debemos tener presente que los resultados que se derivan del estudio del CI deberían servir para:

- a) Mejorar los contextos en los que las personas realizan prácticas relacionadas con la información a partir de cambios organizacionales o de dinámicas 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) Idear 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 en centros educativos, etc.

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

Actividad

Pensad en vuestro contexto laboral y personal. ¿Podrías poner un ejemplo de mejora para cada una de las tres áreas de aplicación del CI descritas? ¿Se os ocurre alguna otra área de mejora que no se haya incluido en estas tres tipologías? ¿Cuál?

Algunos de los investigadores más destacados en el área del comportamiento informacional (como por ejemplo T. Wilson, D. Case o R. Fidel) consideran que, a pesar de la larga tradición en el estudio de las prácticas informacionales de las personas y la abundante literatura académica existente sobre este tema, hay que intensificar los esfuerzos para que los resultados de la investigación se traduzcan en aplicaciones prácticas que realmente mejoren los servicios y las experiencias de información de los usuarios.

Algunas limitaciones de la aplicabilidad de estos estudios es la poca interacción de los especialistas del CI con otros profesionales que también trabajan en la IHI.

Reflexión

Sobre la poca aplicabilidad de los estudios en CI, ¿qué opináis?, ¿estáis de acuerdo?, ¿qué podríamos hacer para que esto no fuera así?

El estudio del comportamiento informacional pretende aportar conocimiento que sirva para ajustar los contextos de acción a las prácticas informacionales de los individuos; diseñar acciones formativas, o mejorar sistemas, servicios y productos de información.

La falta de aplicabilidad a la que nos acabamos de referir podría hacernos pensar en un panorama que motiva poco. Nada más lejos de la realidad, como hemos dicho en la introducción, en un entorno donde la información está presente en cualquier actividad humana y que es cada vez más competitivo, interesa más que nunca conocer cómo las personas actúan respecto a un determinado producto, sistema o servicio de información. La **complejidad informativa** actual y el énfasis en el valor humano, social y emocional de cualquier proceso presenta un conjunto de oportunidades que hay que saber aprovechar.

En el apartado siguiente os presentamos algunas disciplinas, metodologías y conceptos estrechamente relacionadas con el estudio de la IHI. Pensamos que su conocimiento puede ayudar desde un punto de vista práctico (saber las limitaciones y oportunidades de colaboración con cada uno de estos ámbitos) y desde un punto de vista académico (investigar más allá de nuestra disciplina, aprovechar conocimientos de áreas relacionadas, etc.) Asimismo, consideramos que tener una idea de los términos relacionados que se ocupan de la IHI nos proporciona una visión más cercana a la realidad, nos ofrece posibilidades de actuación como especialistas en CI y nos permite hablar con más propiedad sobre esta área de conocimiento.

2. ¿Quién estudia la interacción de los humanos con la información?

Hemos apuntado que el estudio de la interacción de las personas con la información (IHI) no es de interés exclusivo de las ciencias de la información y de la documentación. De hecho, es un área de estudio multidisciplinario, y muy a menudo las fronteras entre los diferentes ámbitos que se ocupan de investigar este fenómeno no son claras. De todas estas disciplinas y conceptos relacionados, nos encontramos con que unos ponen el foco en los elementos cognitivos de esta relación, otros en los artefactos tecnológicos que se emplean para establecer una interacción y un último grupo se centra en dinámicas sociales y aspectos organizativos.

A continuación, pues, presentamos una relación de los conceptos, disciplinas o metodologías que consideramos que tienen alguna relación con el estudio de la IHI y que se pueden considerar próximas a nuestras prácticas profesionales.

Fuentes de referencia

Para elaborar la relación siguiente hemos consultado varias fuentes de información que se encuentran en la bibliografía. La mayoría de las definiciones (aunque no todas) se han obtenido de los materiales docentes siguientes:

Muriel Garreta Domingo y Enric Mor Pera: “Diseño centrado en el usuario” (págs. 13-18). PID_00176048; Yusef Hassan Montero: “Introducción a la interacción persona-ordenador” (págs. 14-19). PID_00176046. Cuando no se indica la página de referencia o la autoría, el texto es fruto de la fusión de varios textos.

1) Interacción persona-ordenador¹ (IPO)

Disciplina que estudia la interacción de los humanos con los ordenadores y cómo estos pueden ser diseñados para ayudar a las personas a utilizarlos con mayor eficacia. El objeto central de estudio son las interfaces de los aparatos que emplean las personas, la intersección entre la informática, la psicología y el diseño, así como otras disciplinas relacionadas con las ciencias humanas y la informática (Garreta y Mor, PID_00176048, pág. 14).

La IPO se puede considerar la disciplina dedicada a estudiar la relación interactiva entre las personas y la tecnología, y a mejorar esta relación por medio del diseño.

Yusef Hassan Montero. “Introducción a la interacción persona-ordenador” (PID_00176046, pág. 8).

Podéis encontrar más información sobre esta área de especialización en la web de la Asociación Internacional Persona-Ordenador (aipo.es). Esta asociación realiza numerosas actividades sobre esta temática y áreas que están relacionadas con ella, como por ejemplo la **usabilidad**. De hecho, para algunos autores especialistas en IPO, la usabilidad, y más concretamente la ingeniería de la

Nota

Esta relación no pretende ser exhaustiva pero sí ilustrativa. Seguramente podréis completarla.

⁽¹⁾En inglés, *human computer interaction*, HCI. En el plan de estudios del grado de Información y Documentación existe una asignatura con este nombre que podéis cursar si os interesa esta vertiente de la IHI.

usabilidad, intenta trasladar al entorno profesional el conocimiento teórico y metodológico de la IPO (con una vertiente más académica y de investigación) de manera práctica. Veamos a continuación qué entendemos por usabilidad.

2) Usabilidad

Característica de facilidad de uso, esencialmente aplicada al *software*, pero relevante para cualquier artefacto humano. En términos generales, un producto o aplicación es fácil de utilizar cuando responde efectivamente a la tarea para la que se utiliza. La facilidad de uso puede ser cuantificada por el tiempo que se tarda en cumplir una tarea, por el número de errores que se comentan, por la rapidez con la que se aprende a utilizar un sistema y por la satisfacción de los usuarios (Garreta y Mor, PID_00176048, pág. 14).

La **usabilidad** debe evaluarse en relación con las funciones para las cuales ha sido pensado un artefacto. En el caso de los sistemas de información (SI), sobre todo aquellos a los que se accede mediante una interfaz, la usabilidad ha de tener como objetivo facilitar la consulta de su contenido. A veces, la complejidad de un sistema, en relación con las capacidades y opciones que ofrece, va en detrimento de su usabilidad.

Conocer el perfil de los usuarios de un sistema, y por extensión su comportamiento de búsqueda, tiene implicaciones en el diseño de la interfaz y por lo tanto en su usabilidad.

De acuerdo con Hassan, la frontera y las diferencias entre la IPO y la usabilidad cada vez están menos claras y es habitual que se empleen expresiones como *profesionales IPO*, *ingenieros de usabilidad*, *profesionales de usabilidad* o *diseñadores de interacción* para referirse a una misma práctica. A continuación realizamos una breve descripción del concepto *diseño de la interacción*.

3) Diseño de la interacción

Campo de estudio de los elementos con los que un usuario puede interactuar cuando usa un ordenador o un producto interactivo. El objetivo es definir la interacción de un artefacto o sistema en respuesta a las acciones de los usuarios. Este tipo de diseño se focaliza, entre otros objetivos, en cómo el estímulo de entrada se relaciona con la respuesta del sistema y los mecanismos de retroalimentación (Garreta y Mor, PID_00176048, pág. 15).

El diseño de la interacción difiere de la IPO y la usabilidad en sus orígenes. El diseño de la interacción surge del área del diseño, mientras que la IPO y la usabilidad tienen sus raíces en disciplinas más tecnológicas. Sin embargo, como hemos comentado, con el paso del tiempo se han difuminado las fronteras entre todas estas disciplinas (Hassan, PID_00176046, pág. 10).

Algunos autores de la IPO consideran que sería conveniente sustituir el concepto de IPO por el de diseño de la interacción, dado que este último engloba todo tipo de dispositivos y no solo los ordenadores.

Dentro del campo de las ciencias de la información y de la documentación, la expresión más conocida respecto a los conceptos que hemos visto es la de *IPO*. En este sentido, y de acuerdo con R. Fidel, dos de las disciplinas que más se solapan con la IPO son el trabajo colaborativo asistido por ordenador, conocido como *computer-supported cooperative work* (CSCW), y el área que se conoce como **factores humanos**. Ambos campos se concentran en las herramientas que se emplean para trabajar con la información.

Veamos brevemente una definición de ambos conceptos.

4) Factores humanos²

⁽²⁾En inglés, *human factors*.

FH es la disciplina que estudia el papel de los humanos en los sistemas persona-máquina y cómo estos sistemas pueden funcionar bien con las personas, especialmente en relación con la seguridad y la eficiencia (Garreta y Mor, PID_00176048, pág. 13). El estudio de los factores humanos se aborda desde la perspectiva de la ingeniería y el diseño industrial (por ejemplo, ha sido aplicado a sistemas de controles de aviones) y también desde la psicología (especialmente en cuanto a aspectos cognitivos). En algunos casos el término *ergonomía* se emplea como sinónimo de factores humanos, a pesar de que no es lo mismo.

5) Trabajo colaborativo asistido por ordenador (CSCW³)

El CSCW es la disciplina que se ocupa de estudiar de qué manera la tecnología puede apoyar las actividades colaborativas y su coordinación. A pesar de que la información no es un tema central del CSCW, en el trabajo colaborativo el hecho de compartir e intercambiar información es crucial.

⁽³⁾Empleamos las siglas CSCW dado que son ampliamente aceptadas en nuestro idioma para referirse a este concepto. Durante el curso de esta asignatura trabajaremos el concepto de comportamiento informacional colaborativo, donde podréis valorar mejor la relación entre la información y el CSCW.

Para concluir, a pesar de que no es un concepto nuevo, últimamente se emplea bastante la expresión *experiencia de usuario*, o UX (*user experience*). Vamos a ver qué se entiende por UX.

6) Experiencia de usuario (UX)

La experiencia de usuario o *user experience* (UX) es un concepto importado del área empresarial, concretamente del marketing, e intenta describir la relación entre las personas y la tecnología, teniendo en cuenta los pensamientos, las sensaciones, las percepciones y las acciones que una persona experimenta durante la interacción. La UX nace de una perspectiva subjetiva, centrada más en el placer y la satisfacción que en el rendimiento de la tecnología.

La UX es un concepto sobre el que todavía existe un debate en torno a cómo emplearlo. El estándar internacional ISO 9241-210 define la UX de la siguiente manera:

La experiencia de usuario es el conjunto de percepciones y respuestas de una persona en relación con el uso o con el uso anticipado de un producto, un sistema o servicio.

De acuerdo con Hassan (*op. cit.*, pág. 12), “la experiencia de usuario no finaliza cuando se acaba la interacción, dado que esta experiencia, más o menos memorable, condiciona la valoración posterior del usuario sobre el producto (...). Además, la experiencia de usuario no solamente es el resultado de la interacción con el producto, sino también de la interacción con el proveedor del producto (por ejemplo, la atención al cliente) o con otros usuarios del producto (interacción social)”.

De alguna manera, la expresión UX sirve de paraguas para englobar las diferentes áreas y papeles profesionales a los que hemos estado haciendo mención hasta ahora: IPO, usabilidad, diseño de la interacción, etc., y otros que veremos más adelante, como la arquitectura de la información.

Recientemente se empieza a hablar también de la **experiencia de información (IX)** como la parte de la UX que se ocupa de un aspecto concreto de esta experiencia: la información. En el apartado “2.3. La experiencia de información (IX)” de este mismo módulo, situamos la IX en el marco de las ciencias de la información y la documentación.

Lectura recomendada

Alexandre López (2009). “El treball col·laboratiu des de la perspectiva de la informació i la documentació: visions i perspectives”. En: “Treball col·laboratiu, visions disciplinàries” [dosier en línia]. *UOC Papers* (núm. 8). UOC. <http://www.uoc.edu/uocpapers/8/dt/cat/lopez.pdf>

La experiencia de información (IX) se considera un subconjunto de la UX. Mientras que esta última se centra en la experiencia del usuario durante la interacción con todas las facetas de un producto, incluyendo su diseño e interfaz, la segunda (IX) se focaliza solo en un aspecto: la información.

Hasta aquí hemos analizado la IPO, la usabilidad, el diseño de la interacción, los factores humanos y el CSCW, y hemos introducido la expresión *experiencia de usuario* como concepto que, de alguna manera, engloba al resto y que va algo más allá.

Siguiendo a Garreta y Mor, destacamos que todas las definiciones, conceptos y disciplinas que hemos visto hasta ahora tienen en común el interés por conocer al usuario de un producto o servicio y tenerlo en cuenta para diseñar y definir cualquier actividad relacionada con la creación de sistemas. Algunas, como los factores humanos y el IPO, tienen una vertiente más académica y de investigación, y otras, como el diseño de la interacción, el CSCW o la arquitectura de la información, están más orientadas a crear un producto que responda a las necesidades, limitaciones y deseos de los usuarios. La usabilidad y, de manera más general la UX, ayuda a evaluar y calificar un producto o servicio.

Las fronteras entre los conceptos y temas que se ocupan de la IHI son cada vez más difusas. Aun así, las diferentes áreas profesionales y expresiones que hemos visto todavía conviven entre ellas. En algunos casos se acercan y confluyen, en otros casos se complementan y en ocasiones no se comunican.

En otra línea de trabajo encontramos los estudios sobre sociedad y TIC. Este tipo de estudios eran frecuentes en los años setenta y ochenta y recibían denominaciones como “análisis social de la informática”, “informática y sociedad”, “comunicación mediada por ordenadores”, etc. Es en el año 1996 cuando aparece por primera vez el término *informática social* (*social informatics*) con el fin de enmarcar la investigación en esta área y facilitar su desarrollo (Kling, 1999). Vamos a ver con algo más de detalle esta idea.

7) Informática social

Campo multidisciplinario donde se estudian las consecuencias sociales del diseño, la implementación y el uso de las TIC en un amplio espectro de contextos sociales, de organización y culturales (Kling, 1999; Sawyer y Rosenbaum, 2000). La informática social estudia de qué manera se interrelacionan las TIC y las personas que las diseñan, las gestionan o utilizan, de qué modo se influyen mutuamente y se dan forma en diferentes contextos sociales.

Los estudios realizados desde el punto de vista de la informática social pueden expresar tres tipos de orientación: normativa, analítica y crítica.

Referencias bibliográficas

Podéis consultar la definición de experiencia de usuario o *user experience* en:

M. Hassenzahl (2013). *User experience and experience design*. En: M. Soegaard; R. F. Dam. *Encyclopedia of Human-Computer Interaction* (2.ª ed.) Disponible en: http://www.interaction-design.org/encyclopedia/user_experience_and_experience_design.html.

ISO FDIS 9241-210:2009. “Ergonomics of human system interaction - Part. 210: Human-centred design for interactive systems”.

Informática social

La informática social incluye investigadores de áreas como la informática, la comunicación, la sociología, la antropología, los sistemas de información o la educación, entre otros.

La orientación normativa tiene la finalidad de hacer recomendaciones para los profesionales que diseñan, implementan o desarrollan políticas sobre las TIC. El objetivo es influir en la práctica proporcionando evidencia empírica sobre cómo las personas trabajan con las TIC en diferentes contextos y situaciones.

La orientación analítica tiene como objetivo contribuir a una mejor comprensión de la evolución del uso de las TIC en un determinado contexto.

La orientación crítica pretende analizar las TIC desde múltiples perspectivas para identificar posibles errores, pérdidas de servicio o idealización de usos rutinarios.

Estas tres orientaciones de la informática social ayudan a entender que las TIC no existen como elementos aislados sociales o tecnológicos, sino que los contextos sociales y/o culturales donde están inmersas influyen en cómo se diseñan, implementan y utilizan. Las TIC son concebidas como sistemas sociotécnicos compuestos por la interrelación e interdependencia entre personas, prácticas de trabajo y sociales, normas de uso, programas informáticos, sistemas de apoyo al usuario, etc.

Con relación al CI, la informática social tiene especial aplicación en cuanto a que es un marco adecuado para entender la IHI cuando esta se halla mediada por las TIC y tiene lugar en determinados contextos y organizaciones.

Las TIC se estudian no solo como herramientas, sino considerando las relaciones sociales, las prácticas y rutinas de trabajo, la estructura de las organizaciones, los modos de comunicación, etc. Todos estos elementos no técnicos influyen en el diseño, uso e implementación en un determinado contexto.

S. Sawyer; H. Rosenbaum (2000). "Social informatics in the information sciences: Current activities and emerging directions". *Informing Science* (núm. 3(2), págs. 89-96).

Reflexión

¿Consideráis que existe alguna relación entre la informática social y la UX (experiencia de usuario)?

Sawyer (2005), en su trabajo *Social Informatics: Overview, Principles and Opportunities*, sugiere ciertas líneas de investigación que tienen mucha relación con el CI, como por ejemplo:

- El modo en que las personas definen y buscan satisfacer sus necesidades y peticiones de información.
- La proliferación de nuevos medios y canales de información.
- La creación de nuevos dispositivos y herramientas de búsqueda.

- Las expectativas crecientes de las personas con relación al uso de tecnologías para buscar información.
- La preocupación sobre la privacidad, seguridad y veracidad de la información en entornos en línea.

Actividad complementaria

En relación con los aspectos de privacidad y seguridad que propone Sawyer, puede resultar interesante consultar el capítulo IV del estudio realizado por la Agencia Española de Protección de Datos del 2009 “Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales *on line*”, que podéis encontrar en internet (<http://www.agdp.es>).

Para finalizar con este panorama queremos introducir dos conceptos (el comportamiento del consumidor y la analítica web) cuya práctica está relacionada con el CI, a pesar de que tradicionalmente no se enmarcan dentro del paradigma de la IHI. Estos dos conceptos surgen básicamente de la necesidad de estudiar los hábitos de los usuarios con finalidades comerciales y de negocio.

8) Comportamiento del consumidor

Podemos definir el comportamiento del consumidor como “el conjunto de actividades que hacen las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios, para satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en que están implicados procesos mentales y emocionales, y también acciones físicas” (Alejandro Mollá Descals, P03/14009/01103, pág. 11).

Reflexión

¿Veis alguna similitud entre la definición del comportamiento del consumidor y la definición de UX que hemos dado antes?

Los estudios sobre el comportamiento del consumidor incluyen el estudio del comportamiento informacional de estos, dado que una vez que el consumidor ha decidido iniciar un proceso para adquirir o consumir un producto, el siguiente paso es la búsqueda de información. Así, a la hora de buscar diferentes opciones de compra...

... junto con los factores motivacionales, la capacidad de los consumidores para **adquirir y procesar información** de su entorno es un factor determinante del proceso de búsqueda (Alejandro Mollá Descals, P03/14009/01106, pág. 22).

Los estudios de comportamiento del consumidor analizan el proceso de **adquirir y procesar información** desde dos vertientes: la búsqueda interna de información y la búsqueda externa de información. La primera hace referencia a los procesos que una persona activa para acceder a la información de su memoria respecto a productos o compras similares realizadas en el pasado. La segunda hace referencia a los procesos que una persona activa para obtener información del entorno (revistas, establecimientos comerciales, páginas web, etc.).

En el proceso de búsqueda de información de los consumidores se diferencian dos tipos de búsqueda, la **búsqueda de precompra** (los consumidores se informan sobre las opciones y características de un producto para poder tomar la mejor decisión a la hora de adquirir un producto o servicio) y la **permanente** (los consumidores se informan sobre un producto sencillamente porque les gusta estar al día sobre las novedades que existen).

El comportamiento del consumidor analiza la IHI desde una vertiente muy próxima a las ciencias de la información y la documentación, especialmente en cuanto a la búsqueda externa de información (marcas, tiendas, precios), haciendo especial énfasis en la cantidad de información que se busca, los factores que motivan este proceso, el tipo de búsqueda y su secuencia, así como los factores (personales y situacionales) implicados en estas dimensiones.

Una de las metodologías empleadas para estudiar el comportamiento del consumidor en espacios web es la analítica web.

Actividad

Buscad estudios sobre comportamiento de los consumidores que analicen la vertiente informacional en el proceso de compra. ¿Tienen en cuenta las aportaciones de nuestra disciplina?

9) Analítica web

Disciplina que se encarga de recopilar y estudiar los datos que generan los usuarios en un sitio web a partir de los movimientos y las acciones que estos usuarios realizan. La analítica web pretende optimizar el uso de un sitio web, y del negocio, a partir del estudio de la interacción que los usuarios llevan a cabo con este sitio web. Una definición de la AW nos la proporciona Maribel Morales Martínez (2010, pág. 17):

La analítica web es el conjunto de procesos que permiten gestionar el conocimiento que se obtiene mediante las herramientas que miden la audiencia de sitios web, obtener conclusiones sobre este conocimiento y actuar según estas conclusiones, con el fin de alinear la estrategia que mide la audiencia web con la estrategia de negocio.

La analítica web mide diferentes elementos en relación con una página web concreta, por ejemplo el tráfico (o número de visitas) que esta recibe; qué pautas de navegación siguen los usuarios; documentos descargados; compras realizadas en línea; cómo han llegado los usuarios a nuestro sitio web; cuánto tiempo han permanecido en ella; de dónde procedían, etc. Se trata de analizar los datos derivados del comportamiento de los usuarios a la hora de navegar e interactuar en un sitio web determinado. Actualmente la AW se integra con otras herramientas de gestión de datos y de información de las empresas (como por ejemplo información sobre clientes, herramientas de *business intelligence*, etc.) para conocer mejor a los clientes, sus necesidades y sus hábitos, con el objetivo de tomar decisiones relacionadas con la mejora del negocio.

Google Analytics

Google Analytics es una de las herramientas más empleadas para medir el uso de una web. Consultad la página http://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/index.html y observad las opciones que proporciona la herramienta.

Actualmente, se habla también del *learning analytics*, o analítica del aprendizaje, cuyo objetivo es recopilar y analizar datos sobre el comportamiento de los estudiantes y sus contextos, así como sobre las interacciones que se generan, para mejorar los entornos de aprendizaje.

La analítica web consiste en un conjunto de procesos y herramientas que nos permiten estudiar cómo los usuarios se **comportan en un sitio web** a partir de los datos derivados de la interacción de estos usuarios con el sistema. La analítica web prioriza el uso de indicadores cuantitativos para evaluar la conducta de los usuarios.

Reflexión

¿Creéis que la analítica web sirve para realizar estudios bajo la perspectiva de la UX? ¿Por qué?

Hasta aquí hemos visto algunas disciplinas, metodologías y herramientas que están relacionadas con la IHI y que pueden enriquecer nuestras prácticas y estudios sobre el CI. En los apartados siguientes detallamos las tres áreas en las que los profesionales de la información estamos implicados de manera más natural y que, por lo tanto, merecen un tratamiento aparte.

2.1. El comportamiento informacional, sistemas de interrogación y recuperación de información

Para que los usuarios puedan interactuar con un sistema de información y puedan buscar lo que necesitan, es necesario que exista un sistema de interrogación (SI), también denominado sistema de búsqueda de información. Un SI está constituido por una serie de funcionalidades aplicadas a un sistema de información (en este caso, un sistema tecnológico). Los sistemas de interrogación incluyen tanto las funcionalidades que permiten al usuario definir una determinada estrategia de búsqueda, como las funcionalidades que le permiten interactuar con los resultados obtenidos y que en determinados casos ayudan a perfilar su búsqueda.

Los sistemas de interrogación incluyen, por un lado, las opciones para formular la estrategia de búsqueda (tema, autor, lugar, URL, etc.) y, por otro, la presentación de resultados. La mayoría de los sistemas de interrogación permiten realizar la búsqueda en la opción más simple (utilizando un cuadro de diálogo en el que escribir aquello que se quiere buscar) y mediante opciones avanzadas (con las que el usuario puede añadir características y delimitadores en la estrategia de búsqueda).

Una vez que la persona ha formulado una petición al sistema, es decir, ha formulado una estrategia de interrogación, este sistema debe devolverle una serie de documentos o datos. Aquí es donde entra en juego el concepto de recuperación de información (RI).

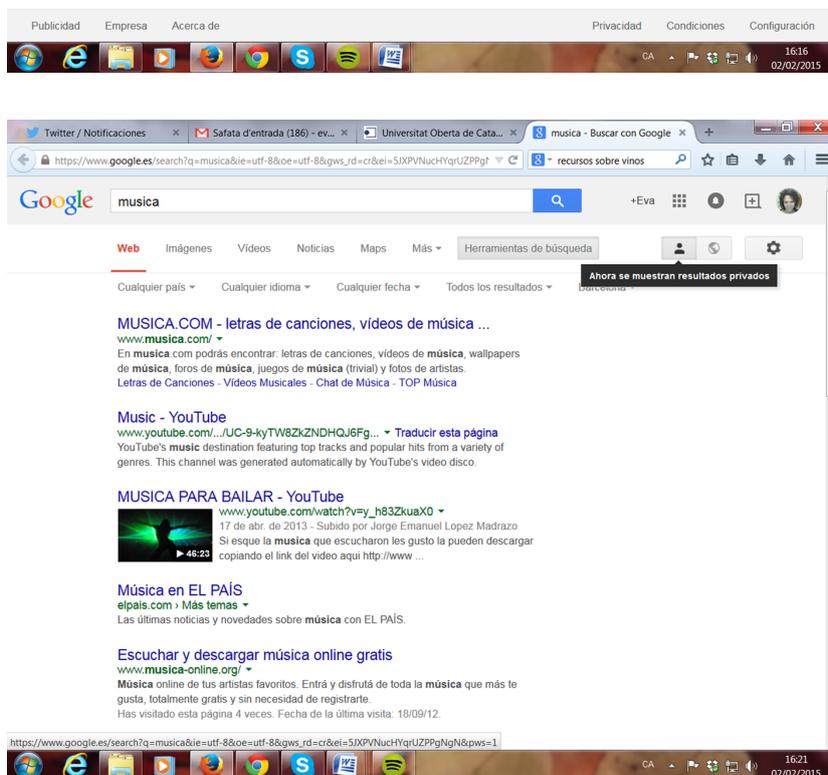
La recuperación de información (RI) se encarga de desarrollar algoritmos y modelos para que el sistema de información interprete esta estrategia de búsqueda y devuelva al usuario una serie de resultados. La RI se ocupa, principalmente, de información textual.

Las principales aplicaciones de la RI son los buscadores web, como Google, Bing, etc. Otros ejemplos en los que se emplean la RI son las bibliotecas digitales, que dan acceso a sus colecciones, o los repositorios institucionales, que dan acceso a documentos internos, informes, correo electrónico, etc. A pesar de que el proceso de localización de información es la función principal de los SI, esta disciplina estudia otros factores relacionados con la búsqueda de información, como son la posibilidad de aplicar filtros para recuperar documentos o textos que cumplan determinados atributos (por ejemplo, documentos posteriores a un año concreto, productos de una marca determinada, etc.); la agrupación de documentos según unas características comunes, resumen del contenido de los documentos, retorno de resultados similares, visualización de los resultados, etc.

Actividad

Pensad en el cuadro de interrogación de Google cuando realizáis la primera búsqueda, y las opciones de interrogación (en este caso filtros) que se ofrecen una vez que se presentan los primeros resultados.

Realizad una búsqueda y después describid qué habéis hecho con los resultados. ¿Habéis limitado la búsqueda a alguna opción? ¿Por qué? ¿Cuál?



Tradicionalmente se identifican los siguientes componentes de un sistema de RI (Büttcher y otros, 2010): la necesidad de información, el usuario, el ordenador o aparato con el que interactúa el usuario, la estrategia de interrogación, la colección de documentos, el índice y los resultados.

Podemos decir que la RI tiene como objetivo que un usuario se sienta satisfecho con los resultados de su búsqueda. Habitualmente los parámetros de estudio de la RI se relacionan con la adecuación de los resultados, teniendo en cuenta los términos y atributos expresados en la estrategia de interrogación. Por su parte, el CI busca estudiar al usuario, y su experiencia con cualquier

tipo de sistema de información, desde una perspectiva más holística. Las principales diferencias entre la RI y el CI, de acuerdo con R. Fidel, se resumen en la tabla siguiente:

Comportamiento informacional	Recuperación de información
<ul style="list-style-type: none"> • Centrado en los factores que intervienen en el proceso de búsqueda. • Tiene en cuenta sistemas humanos y tecnológicos. • Se busca obtener nuevo conocimiento sobre el fenómeno de la IHI. • Interdisciplinar, con influencia de las ciencias sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Centrado en la efectividad del sistema de información de acuerdo con la pregunta formulada por el usuario. • Solo tiene en cuenta sistemas tecnológicos. • Se busca mejorar la precisión del sistema de recuperación y, por lo tanto, de los algoritmos de recuperación. • Enfoque informático.

Fuente: Elaboración propia a partir de Fidel (pág. 208).

A pesar de que podría parecer lógico que existiera una intensa relación entre los estudios de RI y los de CI, todavía queda camino por realizar, dado que muy a menudo los diseñadores de sistemas de RI no tienen en cuenta los resultados obtenidos por los investigadores en CI, y al revés, los investigadores en comportamiento informacional no incluyen con suficiente precisión los atributos de los sistemas de recuperación de información en sus preguntas de investigación.

Los estudios en CI deberían tener más presentes los atributos de los sistemas de RI. Los estudios de RI deberían incorporar otros parámetros de evaluación, más allá de la relación de resultados obtenidos respecto a la estrategia de búsqueda.

Uno de los pocos modelos de CI que intentan aproximar estos dos campos es el de los autores Ingwersen y Järvellin (2005), que procuran, de alguna manera, superar esta falta de interacción. En su modelo, principalmente cognitivo, sitúan, por un lado, a los actores y su contexto social, organizativo y cultural; por otro, el sistema de RI con su interfaz de búsqueda, los objetos de información y la tecnología (buscadores, algoritmos, etc.). A partir de aquí describen una serie de variables que se supone que los diseñadores de RI deberían tener en cuenta.

Se ha demostrado que existe una fuerte relación entre las características individuales de los usuarios y sus preferencias respecto a las opciones de interrogación de un sistema, por lo que se apunta la necesidad de diseñar estos sistemas a partir de enfoques centrados en el perfil de los usuarios y sus necesidades de información. En esta misma línea se considera que la relevancia de las funcionalidades de un sistema de interrogación está estrechamente ligada a la complejidad de las tareas que deben resolver los usuarios de un sistema. Por este motivo los diseñadores de sistemas se han de centrar no solo en la precisión de los resultados, sino también en el tipo de actividades que realizan las personas.

Es necesario que exista una mayor interacción entre los responsables de diseñar sistemas y algoritmos de recuperación de información y los investigadores en comportamiento informacional.

Analizar las prácticas informacionales a partir del tipo de **actividad** que realizan los usuarios adquiere cada vez más importancia en la IHI.

2.2. El comportamiento informacional y la arquitectura de la información

La arquitectura de la información se puede definir como la práctica profesional dedicada a organizar, clasificar y estructurar la información de la manera más efectiva para que las personas encuentren y utilicen la información. La arquitectura de la información está centrada en aspectos como la navegación, el etiquetado de páginas y las secciones de organización general de contenido.

El objetivo de la arquitectura de la información es crear un diseño conceptual de un sistema de información de manera que sirva para que los ingenieros de *software* puedan desarrollar técnicamente las funcionalidades especificadas y la estructura del sistema.

Contenido complementario

El libro de Rosenfeld y Morville (1998) *Information Architecture for the World Wide Web* supuso un gran impulso al concepto de arquitectura de la información.

De acuerdo con Morville y Rosenfeld (2006), tradicionalmente la arquitectura de la información engloba cuatro ámbitos o sistemas:

- a) **Sistemas de organización:** definen las características del contenido y de qué manera se agrupa este contenido. La organización de la información permite presentar la información de diferentes maneras, siguiendo distintos esquemas que hacen posible agrupar o diferenciar la información según los criterios que se establezcan.
- b) **Sistemas de navegación:** permiten ir de un lugar a otro del sitio web y saber en cada momento dónde se encuentra un usuario. Dentro de los sistemas de navegación se encuentran las barras de navegación, el mapa del sitio web, etc.
- c) **Sistemas de etiquetado:** ya sean etiquetas textuales o icónicas que representan el contenido que previamente se ha organizado, las etiquetas permiten describir categorías.

d) Sistemas de interrogación: están diseñados para que los usuarios puedan buscar información dentro del sistema.

La metodología que proponen Morville y Rosenfield (2006) respecto a la práctica de la arquitectura de la información se ha considerado el marco de referencia para el diseño conceptual de sitios web. Recientemente se apuesta también por incluir los **espacios de interacción**, en los que se tienen en cuenta las relaciones entre la información, es decir, las asociaciones de contenido con los conceptos y también los **comportamientos de los usuarios** de cara a crear estructuras más dinámicas (Davis, 2013).

En esta misma línea, Dade (2012) considera que la arquitectura de información hoy en día se debe enfocar teniendo en cuenta tres espacios:

- a) el **espacio semántico**, que hace referencia a la estructura de la información y sus relaciones;
- b) el **espacio visual** o de pantalla, que se relaciona con el lenguaje visual que representa el sistema, y
- c) el **espacio de interacción**, donde las acciones que realiza el usuario con la información inciden tanto en la estructura como en el contenido del sistema y sirven para reforzarlo.

En la idea de incluir el concepto de interacción en el planteamiento de la arquitectura de un sistema, Bruneti y otros (2013) apuntan la necesidad de combinar los cuatro sistemas estándares de Morville y Rosenfield con la metodología propuesta por Shneiderman sobre de los **patrones de interacción**. Esta metodología se basa en la idea de que un usuario, cuando interactúa con un sistema, especialmente las primeras veces sigue este recorrido:

- a) **visión general del sistema:** fase en la que las opciones de navegación son especialmente relevantes, dado que el usuario no conoce lo que el sistema le ofrece y por lo tanto es necesario que antes se familiarice con él;
- b) **acercamiento y filtro:** cuando el usuario ya se focaliza en un apartado o sección determinado de la web y empieza a delimitar aquellos ítems de información de acuerdo con sus intereses y necesidades, y

Folksonomía

Con relación a los **sistemas de etiquetado**, ¿habéis oído hablar alguna vez de las folksonomías? Una folksonomía es un sistema de etiquetado social en el que los usuarios son quienes clasifican la información según sus maneras de interpretar la realidad y según sus preferencias. La participación del usuario en el etiquetado de información hace que este se sienta más próximo al sistema de información.

c) detalles de los resultados: momento en el que el usuario ya interactúa con el contenido concreto de su interés.

Para finalizar, cabe apuntar que la práctica de la arquitectura de la información se puede considerar empleando la metáfora de los sistemas adaptativos complejos (Budford, 2011). Las metodologías de la arquitectura de la información deben combinar una visión estática de la estructura web con una visión dinámica de la información, teniendo en cuenta la interacción que realizan sus usuarios. Los usuarios que emplean un sistema de información de alguna manera exigen que este se adapte a sus necesidades y que la estructura de la información, sea a gran o pequeña escala, evolucione conforme evoluciona el entorno, y por lo tanto las estructuras de información deben encontrar un cierto equilibrio entre la “provisionalidad” y la estabilidad para garantizar la confianza en el sistema y no provocar que el usuario se pierda en él. Dado que el contenido en la web es dinámico, el modo de concebir la estructura de la información también es conveniente que lo sea. Además, es necesario que todo ello sea compatible con la multiplicidad de plataformas y dispositivos con los que los usuarios acceden a internet.

Parece que la tendencia en cuanto a la arquitectura de la información incide en tener presente la complejidad y el dinamismo de las organizaciones actuales, del entorno y del contexto en el que se sitúan los usuarios y diseñar sistemas interactivos combinados con estructuras estáticas.

Desde el punto de vista de la **arquitectura de la información**, se enfatiza la importancia de tener en cuenta el estudio del comportamiento de los usuarios y su interacción con los sistemas para alimentar mejoras y crear entornos adaptados a los esquemas mentales que emplean los usuarios con el fin de localizar la información y moverse por un sistema.

Reflexión

Como profesionales de la información, ¿cómo valoráis el papel del comportamiento informacional en relación con la arquitectura de la información? ¿Podrías buscar ejemplos o estudios que vinculen ambos conceptos?

2.3. La experiencia de información (IX)

Hemos comentado antes que a partir del concepto de experiencia de usuario (UX) se está introduciendo la idea de la IX o *information experience* para referirse a un modo de analizar la IHI. A pesar de que el concepto de IX es difícil de operativizar, permite observar el CI de una manera más holística. Tal y como apuntan Van der Sluis y otros (2014), la IX de un usuario no se puede evaluar solo en función de la utilidad del sistema. Los autores ponen el siguiente ejemplo para introducir el concepto de IX: un sistema de información puede ofrecer buenos resultados derivados de una consulta, contar con un buen sistema de recomendación de documentos o productos similares y tener una buena

Nota

Los patrones de interacción propuestos por Shneiderman están relacionados principalmente con la usabilidad de los sistemas de información. Para algunos especialistas en esta materia, los antiguos patrones propuestos por Shneiderman continúan teniendo vigencia.

usabilidad, una buena visualización y un sistema bastante pertinente para clasificar los resultados de la búsqueda según su relevancia. A pesar de todo, esto no tiene por qué originar una buena experiencia al usuario. El usuario puede sentirse cansado de que el sistema le ofrezca demasiados ítems relacionados con su búsqueda, o decepcionado porque los resultados son pertinentes pero poco novedosos. Es en este contexto donde la IX permite incluir en el estudio de la IHI un abanico más amplio de parámetros, como las emociones o los estados de ánimo (por ejemplo, enfado, ansiedad, cansancio, euforia, interés, etc.), entendidos como catalizadores de determinadas conductas.

La relación entre la IHI y los estados emocionales de las personas no es nueva, autores como Kuhlthau (2004) o Bowler (2010) ya habían introducido esta vertiente en sus estudios. De hecho, el paradigma centrado en el usuario, surgido en torno a los años ochenta, se sustenta en la idea de mejorar los sistemas de información teniendo en cuenta no solo los aspectos cuantitativos del uso de los sistemas, sino también los componentes cognitivo y emocional del proceso de búsqueda de información.

Recordad

La definición de UX vista antes; la UX es el conjunto de percepciones y respuestas como resultado del uso de un producto o servicio.

La IX se puede considerar como la aplicación de los conceptos de la UX al estudio de la IHI en general y del CI en particular.

El interés por la IX se explica por varios motivos (O'Brien, 2013): en primer lugar, porque las maneras y situaciones a partir de las que las personas interactúan con la información son cada vez más complejas y sofisticadas (integración de varios formatos, diferentes niveles de personalización, varias plataformas y dispositivos de acceso, etc.) Esta complejidad provoca que las expectativas y necesidades de los usuarios evolucionen y tengan lugar en diferentes escenarios. En segundo lugar, debido al resurgimiento de la búsqueda exploratoria e interactiva, que tiene en cuenta no solo los resultados de esta, sino también las preferencias personales y el aprendizaje. Todo ello hace que la investigación en IHI deba considerar procesos cognitivos y afectivos mucho más complejos que los estudiados hasta ahora para comprender mejor las reacciones de las personas frente a la información y los sistemas.

Los escenarios en los que las personas pueden interactuar con la información son cada vez más ricos y sofisticados.

Aspectos como la personalización, el aprendizaje o la intoxicación digital, así como las interacciones sociales y contextuales, obligan a tener en cuenta una gama más rica de atributos (interés, diversión, deseo, saturación, estrés, control, atención, implicación, confianza, influencia, etc.) para analizar la IHI y avanzar en la teoría, la evaluación y el diseño de servicios y sistemas de información.

¿Qué nos aporta de nuevo el concepto de IX? Podríamos decir que la expresión *experiencia de información* hace de paraguas para referirse a varios enfoques y expresiones relacionados con la IHI. La IX conjuga los aspectos tecnológicos, individuales, sociales y contextuales haciendo especial énfasis en cómo todo ello es vivido por el usuario y cómo esta vivencia (o experiencia) condiciona su valoración, y por lo tanto el uso de un determinado sistema o servicio de información. Es pronto todavía para emitir un juicio sobre el impacto de la IX como nueva disciplina (o nomenclatura) encargada de estudiar la IHI. Quizá, como ha sucedido en otras ocasiones, se quede en una moda, quizá contribuya a intensificar la interdisciplinariedad necesaria para estudiar la IHI y que hemos apuntado al inicio del módulo, o quizá incrementa la confusión terminológica existente en torno a este campo de estudio.

Hasta aquí hemos visto algunos conceptos y disciplinas que estudian la IHI. Nos hemos centrado en las aportaciones realizadas desde la informática, las ciencias de la información y la documentación, la sociología o el marketing. La relación no pretendía ser exhaustiva y la selección se ha hecho considerando las áreas de trabajo que más se pueden acercar a la práctica de los profesionales de la información teniendo en cuenta su función en el diseño de sistemas o servicios de información, por lo que no hemos ahondado en otras áreas que estudian la IHI, como la psicología o la neurolingüística, al quedar algo más alejadas de nuestros escenarios profesionales habituales.

En el siguiente apartado introducimos el concepto de comportamiento informacional y desgranamos algunas de las actividades a partir de las cuales se suele estudiar este fenómeno.

Bibliografía recomendada

D. Nahl; D. Bilal (2007). "Information and emotion: the emergent affective paradigm in information behaviour research and theory". *Information Today*. Maryland, USA.

I. Lopatovska; I. Arapalis (2011). "Theories, methods and current research on emotions in library and information sciences, information retrieval and human-computer interaction". *Information Processing and Management* (núm. 47, págs. 575-592).

3. ¿Qué es el comportamiento informacional?

3.1. Definición

La definición más extendida sobre comportamiento informacional es la que proporcionó T. Wilson en 2000:

“Information behaviour is the totality of human behaviour in relation to sources and channels of information, including both active and passive information-seeking, and information use”.

T. Wilson ha sido uno de los autores más influyentes en la investigación sobre comportamiento informacional. De hecho, fue uno de los primeros autores en elaborar un modelo teórico para comprender y estudiar el CI. Su primer modelo data de 1981, que fue actualizando y ampliando a lo largo de su trayectoria académica. Desde su primer modelo, T. Wilson ha realizado importantísimas aportaciones a este campo de estudio. Podéis ver su extensa producción científica en: <http://www.informationr.net/tdw/pubs.html>. Actualmente es el editor de la revista *Information Research* (<http://www.informationr.net/ir/>), que dedica una parte importante de los artículos que publica a las investigaciones sobre el CI. En esta revista, que se puede consultar en abierto, podéis encontrar estudios de casos en diferentes sectores profesionales, que os pueden ayudar a ampliar vuestros conocimientos sobre esta materia.

Por su parte, en el 2010, Marcia J. Bates, en la *Encyclopedia of Library and Information Sciences*, define el comportamiento informacional de la siguiente manera:

“Information behavior” is the currently preferred term used to describe the many ways in which human beings interact with information, in particular, the ways in which people seek and utilize information. Information behavior is also the term of art used in library and information science to refer to a sub-discipline that engages in a wide range of types of research conducted in order to understand the human relationship to information (vol. 3, págs. 2318-2391).

Dadas las definiciones, podemos observar que los términos *búsqueda* y *uso* predominan sobre otras posibles acciones de los humanos en relación con la información. De hecho, como iremos viendo a lo largo del curso, un importante volumen de avances y de investigaciones sobre comportamiento informacional se ha centrado en el proceso de búsqueda (aunque no tanto en el de uso) y ha obviado otras facetas de este fenómeno. Observemos que la definición de Bates es más inclusiva que la de Wilson y pone de manifiesto un elemento que, entrados en el siglo XXI, adquiere cada vez más relevancia: la **interacción**.

Reflexión

¿Qué entendéis por **interacción** con la información? ¿Podrías exponer tres situaciones en las que hayáis interactuado con información a lo largo de la jornada de hoy? Sería interesante que cuando nos hagamos esta pregunta tuviéramos una idea clara del concepto de información, o cuando menos, de cómo cada uno lo interpreta. ¿Habéis realizado alguna asignatura durante el grado que defina el concepto de información? ¿Cuál es vuestra visión de este concepto?

Pero ¿qué formas de interacción podemos identificar entre las personas y la información? ¿De qué manera actuamos respecto a la información? ¿Qué hacemos? ¿Cómo procedemos? Si entendemos el comportamiento como el modo de proceder de las personas u organismos con relación al entorno o a un conjunto de estímulos, ¿cómo podemos definir el comportamiento informacional?

Podríamos decir, de una manera sencilla, que el comportamiento informacional es el conjunto de actividades que hacen las personas en relación con la información. En estas actividades están implicados procesos mentales, emocionales y acciones físicas.

Para entender el fenómeno del comportamiento informacional, los investigadores se realizan preguntas como, por ejemplo, ¿por qué las personas buscan información?, ¿de qué manera navegan u ojean una página web?, ¿qué consideraciones aplican para determinar la relevancia de un ítem?, ¿qué motiva a las personas a compartir determinada información?

Partimos de la idea de que el comportamiento informacional comprende un conjunto de actividades. Estas actividades identifican el tipo de interacción de una persona, o de un grupo de personas, con la información. Si tenemos en cuenta los estudios elaborados hasta ahora sobre este tema, y de acuerdo con la línea propuesta por R. Fidel, podemos describir una serie de actividades o acciones a partir de las cuales analizar y estudiar el CI.

A partir de la observación y el análisis de determinadas **actividades e interacciones** con la información podemos analizar y caracterizar el comportamiento informacional de una persona, o de un grupo. Este análisis nos permitirá obtener un nuevo conocimiento sobre las prácticas informacionales de las personas en un contexto determinado.

En cualquier caso, lo que resulta significativo para los profesionales de la información es poder identificar cuáles son estas actividades y qué resultados prácticos pueden derivarse de su estudio. En el apartado siguiente exponemos las actividades más relevantes del CI que se han estudiado hasta ahora. No se incluyen en esta relación los estados afectivos o emocionales del CI contemplados en la aproximación realizada por la corriente teórica de la IX, y que hemos introducido en el capítulo anterior. Algunos de estos aspectos los vere-

mos en el módulo “Bases teóricas para estudiar el comportamiento informacional” cuando trabajemos determinados paradigmas y teorías sobre el CI y en lecturas adicionales.

3.2. El comportamiento informacional integra numerosas actividades

Veamos a continuación las actividades que tradicionalmente están presentes en la investigación sobre CI. Este conjunto de actividades no incluye todas las vertientes y todos los procesos del CI, pero sí los que han sido más estudiados desde nuestra disciplina a lo largo de los años.

3.2.1. Adquirir

Existen tres modos bastante diferenciados de obtener, o adquirir, información. Estas tres maneras tienen mucho que ver con la intencionalidad de la acción y con el propósito que nos guía a obtenerla. Tal como hemos visto en la definición de Wilson, la búsqueda de información puede ser activa o pasiva. En primera instancia tenemos la búsqueda activa, es decir, queremos obtener una información específica por algo, motivo por el que iniciamos un proceso de búsqueda, **buscamos** información. La búsqueda de información es pasiva cuando obtenemos una información que no buscábamos de manera explícita, es decir, no había intencionalidad, nos **encontramos** con esa información. Y, en último lugar, también es habitual obtener información que no buscamos de manera específica, sencillamente **miramos** a ver qué hay.

Por lo tanto, el proceso de adquirir información puede ejecutarse a partir de tres acciones diferentes:

1) **Búsqueda activa o intencionada:** buscamos información con un objetivo en mente. Queremos o necesitamos una determinada información para resolver un problema, saber algo sobre un asunto o para tomar una decisión concreta, y por lo tanto definimos una estrategia de búsqueda que pensamos que nos conducirá a obtener esta información.

2) **Búsqueda pasiva o encontrarse con información:** las personas nos encontramos con información por casualidad, cuando en realidad no la estábamos buscando pero una vez que la hemos visto pensamos que nos puede resultar útil. En la búsqueda pasiva de información también interviene el proceso por el que adquirimos información proporcionada por un tercer actor sin que nosotros la hubiéramos solicitado previamente.

Lectura recomendada

Para tener una visión complementaria sobre los temas de investigación en CI podéis consultar:

E. Greifeneder (2014). “Trends in information behaviour research”. En: *Proceedings of ISIC, the Information Behaviour Conference*. Leeds, 2-5 de septiembre, parte 1 (paper 13). Disponible en: <http://www.informationr.net/ir/19-4/isic/isic13.html#.VNJV3yj7HGN>.

La adquisición o recepción de información a consecuencia de la actuación de un tercer actor, que nos proporciona una información que no hemos solicitado, tiene consecuencias importantes en la denominada **intoxicación digital** y en la vertiente social del CI. En otro módulo del curso analizaremos el fenómeno de la intoxicación digital y su implicación en el CI.

Búsqueda intencionada y pasiva

La búsqueda intencionada de información es lo que en inglés se ha venido a denominar *information seeking*, y es la actividad del comportamiento informacional que más se ha estudiado. De hecho, la mayoría de los modelos teóricos que ayudan a describir el CI y que sirven de guía para hacer investigaciones se focalizan en este proceso.

La búsqueda pasiva de información ha recibido muchas nomenclaturas, como por ejemplo *serendipia*, *obtención casual de información*, *descubrimiento accidental de información* o en inglés *information encountering* (*encontrarse con información*). Sanda Erdelez es una de las autoras más importantes en este tema, pero el estudio de este tipo de comportamiento es complejo, dado que es un hecho que tiene lugar de manera inesperada y las investigaciones que se realizan se deben llevar a cabo a partir de las narraciones que los propios usuarios recuerdan de estos encuentros.

3) Ojear: el propósito que tenemos en mente no es encontrar una información específica que nos sirva para resolver un problema o tomar una decisión. Una persona navega en un sistema de información sin ningún propósito, sencillamente mira qué hay en él sin la intención de localizar una información concreta. Por ejemplo, cuando consultamos Twitter o hacemos *zapping* en la televisión lo hacemos para ver si encontramos algo que nos interese, o sencillamente para informarnos, pero en realidad no estamos buscando nada que corresponda a unos requisitos.

Podemos identificar tres actividades (que no únicas) a partir de las que las personas **adquirimos** información: la búsqueda activa, la búsqueda pasiva y la acción de ojear o navegar.

Ojear y navegar

R. Fidel distingue entre ojear (*surfing*) y navegar (*browsing*), entendiendo que en la primera acción no hay ningún propósito y en la segunda (la navegación) muchas veces existe la intención de encontrar una información concreta pero sin que hayamos definido una estrategia de búsqueda. Algunos autores consideran que el *browsing* consiste en una estrategia de búsqueda activa o intencionada y que tiene entidad en sí misma.

Cuando se diseña un sistema de información, o una página web, ¿consideráis que tener en cuenta estas opciones es importante? ¿Por qué? ¿Podéis poner un ejemplo de un sistema de información que priorice la búsqueda intencionada y otro que priorice la navegación?

Estos modos de adquirir información no son los únicos que se han estudiado, pero sí que son los más comunes. Buscad información sobre el **modelo de Ellis** (*Ellis information seeking model*) y sobre el modelo de **monitoreo de Aguilar** para saber más sobre las diferentes maneras de adquirir información. El modelo de Ellis ha tenido bastante aplicación desde la popularización de la web, ¿creéis que en el contexto actual todavía es válido? ¿Qué consideráis que se podría aprovechar de este modelo para el estudio del CI hoy en día? ¿En qué contexto profesional pensáis que sería válido el modelo de Aguilar? ¿Creéis que todavía está vigente?

El **comportamiento de búsqueda activa de información**, a partir del cual las personas adquirimos información de manera intencionada, ha sido uno de los más investigados hasta ahora.

Con relación al comportamiento de búsqueda de información, es interesante consultar el artículo de T. Wilson referenciado (2000), donde distingue entre los siguientes conceptos: *information seeking behaviour* e *information searching behaviour*. Para el autor la diferencia entre *seeking* y *searching* consiste básicamente en que el segundo, es decir, el *searching*, consiste en los mecanismos que se activan cuando interactuamos con un sistema de información determinado para obtener aquella información que hemos identificado en la fase anterior, que es más holística y general, y que comprende, por ejemplo, decidir con **qué** sistema de información ejecutaremos la búsqueda.

3.2.2. Evaluar

Una vez que las personas hemos adquirido información, la evaluamos para valorar si esta información es útil. La evaluación de información se considera un elemento con un alto grado de subjetividad, ya que depende de las variables individuales de la persona que ha de emplear esa información, así como del contexto en el que tenga lugar la práctica informacional. A menudo el usuario aplicará criterios de evaluación que irán más allá del producto informacional y que estarán condicionados (muchas veces de manera inconsciente) por otros parámetros de su experiencia de información.

Aun así, los principales constructos empleados en la evaluación de la información son la relevancia y la pertinencia. La relevancia mide si una respuesta (proporcionada por un sistema o un servicio de información) se ajusta a la petición hecha, es decir, si hay una relación entre la pregunta o petición y los resultados. La pertinencia mide si la información obtenida en la respuesta es realmente útil para resolver una necesidad informativa concreta. Estos criterios, a pesar de que se pueden aplicar a cualquier tipo de sistema de información, suelen emplearse bajo el paradigma de la RI.

De manera general, podríamos decir que si evaluamos la información en el contexto de una búsqueda activa, la evaluación pasará por valorar si esa información es pertinente o no para el propósito que teníamos en mente. Nos haremos preguntas como: ¿Esta información nos ha ayudado a resolver un problema? ¿Ha contribuido a que tomáramos una decisión? ¿Nos ha ayudado a comprender algo? Si la información la hemos adquirido en el marco de una búsqueda pasiva, el criterio de relevancia será más difícil de determinar, dado que deberemos relacionar la información recibida con una necesidad que no hemos formulado *a priori* o con una tarea que no estábamos haciendo en ese

Contenido complementario

Algunos autores definen la pertinencia en términos de relevancia subjetiva.

Recordad que los sistemas de información pueden ser socio-técnicos, tecnológicos o humanos.

Contenido complementario

Documentalistas y otros profesionales de la información se han ocupado durante mucho tiempo de elaborar guías de criterios para evaluar los recursos de información académicos, así como la información que se aloja en sitios web. Seguro que conocéis algunas pautas.

momento. No obstante, en muchas ocasiones nos puede ayudar a resolver un problema, interesarnos por un tema o tomar una decisión que teníamos postergada, dormida o que no sabíamos que existía.

3.2.3. Filtrar

El hecho de **filtrar** información está estrechamente relacionado con la recuperación de información. La principal diferencia entre ambos conceptos es que la acción de filtro se aplica una vez se ha recuperado determinada información en un sistema. Sin embargo, no siempre es así, pues muchas veces los sistemas de interrogación ya permiten en la primera interacción con el sistema aplicar limitadores o atributos a los parámetros de nuestra búsqueda. La mayoría de los estudios sobre los mecanismos de filtrado se enfocan desde la óptica de los sistemas de recuperación de información.

Contenido complementario

Recordad las ideas que hemos visto antes sobre este concepto.

3.2.4. Usar

Los libros están para ser usados.

Primera de las cinco leyes de S. R. Ranganathan.

Tanto si hablamos de libros como si hablamos de cualquier otra manifestación de información, esta ley justifica la existencia de cualquier sistema o servicio de información. Las personas interactúan con los sistemas o servicios para hacer algo con la información (tomar decisiones, resolver un problema, aprender, comunicarse, etc.). El concepto de uso de la información es un elemento que tiene un fuerte componente contextual y que genera una intensa controversia entre los estudiosos del CI. Algunos autores, como Todd (1999), Taylor (1991), Marchionni (1995) o Kari (2007), han realizado investigaciones con el objeto de definir el concepto de uso para que pueda ser más fácilmente analizado en estudios de CI. Otros autores, como Fisher (2004), se han interesado por los mecanismos que pueden ayudar a detectar este tipo de usos. Choo (2008), por su parte, investiga de qué manera la cultura de la organización afecta al tipo de uso y, más concretamente y a partir de las aportaciones de Kirk, analiza los resultados obtenidos a partir del trabajo con la información.

A pesar de todo, pocos estudios empíricos en el ámbito de las ciencias de la información y la documentación están dedicados a investigar de qué manera las personas utilizan la información.

Actividad

Echad un vistazo al estudio de Choo (2008), concretamente a las partes en las que se describen las ocho categorías de usos propuestas por Todd y en las que propone una adaptación de la propuesta de Kirk sobre los resultados obtenidos a partir del trabajo con la información.

¿Os resulta útil esta lectura para identificar usos de información?

¿Qué otros elementos pensáis que habría que tener en cuenta para estudiar su uso?

Categorías de uso

Las ocho categorías de uso descritas por Todd se han considerado más como objetivos que guían la búsqueda de información que como tipologías de usos.

La propuesta de Kirk se basa en la idea de la *information use output*, es decir, los resultados que se pueden obtener a partir del uso de la información.

3.2.5. Compartir

El hecho de compartir información, y especialmente de compartir conocimiento, ha sido muy estudiado en el ámbito de la gestión de empresas (como elemento de creación de valor y de aprendizaje) y también desde el punto de vista del modo como las tecnologías pueden apoyar este proceso.

Proporcionar y difundir información son formas habituales de IHI y entre las personas. Por otro lado, una de las maneras de adquirir información es recibir esta información por parte de otra persona. En la literatura académica encontramos numerosas aproximaciones y definiciones sobre este tema, y parece que aún hoy no existe un consenso. Pilerot (2012) realiza una extensa revisión bibliográfica para analizar cómo los investigadores en ciencias de la información y la documentación emplean el constructo *information sharing* y llega a la conclusión de que el modo de abordar su estudio depende de los aspectos que el investigador decide estudiar sobre este tipo de práctica. De acuerdo con el autor, hay que avanzar en la elaboración de un marco teórico más cohesionado para investigar estas actividades. Por su parte, Wilson (2010) apuesta por introducir estudios de otras áreas de conocimiento y concluye que las prácticas a partir de las cuales estudiar el hecho de compartir información tienen un alto componente contextual y que hacer evolucionar un marco teórico único es bastante complejo.

Sin embargo, el acto de **compartir** se asocia a menudo a una acción voluntaria de las personas y posee una connotación de altruismo y de ayuda. Por ejemplo, Krikelas considera en sus investigaciones que el acto de compartir equivale a **diseminar** o **difundir** información, y sus preguntas de investigación giran en torno a cuestiones como ¿qué tipo de información se comparte? o ¿cuáles son las motivaciones que conducen a una persona a compartir una determinada información en lugar de otra? Otros estudios contraponen la idea de compartir a la de **intercambiar**. Así, el hecho de intercambiar implica la acción de ofrecer, pero también la de recibir. Por lo tanto, hay una bidireccionalidad.

Sea cual sea la aproximación a partir de la que se estudia el hecho de compartir, en cierto modo se puede considerar una práctica social, en el sentido de que implica a más de una persona en el proceso. En módulos posteriores de este curso estudiaremos con más detalle estos aspectos, concretamente cuando abordemos el paradigma social del CI.

Contenido complementario

Recordad el concepto de CSCW visto anteriormente.

Referencia bibliográfica

Podéis consultar el artículo de T. D. Wilson (2010). "Information sharing: an exploration of the literature and some propositions". *Information Research* (núm. 15(4), paper 440). Disponible en: <http://www.informationr.net/ir/15-4/paper440.html>.

Referencia bibliográfica

O. Pilerot (2012). "LIS research on information sharing activities - people, places or information". *Journal of Documentation* (núm. 68(4), págs. 559-581).

Compartir información (*information sharing*) constituye una actividad del CI bastante compleja y que hay que analizar desde una aproximación social. Muchos de los estudios que se han referido hasta ahora a ella están relacionados con el CSCW y el desarrollo de herramientas tecnológicas para apoyar esta práctica.

3.2.6. Crear

La generación de contenido por parte del usuario ha producido interés como actividad del CI a raíz de que internet se haya convertido en un lugar en el que los usuarios pueden crear y difundir información accesible para otros usuarios. En este sentido, el CI no consiste solo en buscar información, sino que cada vez más los usuarios comparten y producen información de manera proactiva.

Ejemplos de este tipo de CI los encontramos en actividades como la participación en foros y debates, el envío de mensajes y comentarios, y la difusión de información en redes sociales, la creación de wikis y blogs personales, etc.

Reflexión

¿Conocéis el concepto de contenido generado por el usuario? Pensad en actividades en las que creáis este contenido y lo difundís en la red. ¿Os suena el término *prosumidor*?

3.2.7. Organizar y la PIM

El hecho de organizar información tiene como objetivo principal su posterior recuperación y, en algunos casos, su preservación. Los estudios de CI sobre cómo los individuos organizan la información ha dado lugar a un ámbito de investigación muy específico: la gestión personal de información, o *personal information management* (PIM), y la gestión de datos personales, o *personal data management* (PDM). Uno de los autores más influyentes en el ámbito de la PIM es W. Jones, de la Universidad de Washington. Las aportaciones de la PIM han estado muy orientadas a estudiar el CI en el ámbito de la vida cotidiana y laboral, y sus resultados se emplean para orientar hacia unas mejores prácticas individuales cuando las personas deciden guardar información.

Un aspecto central en la organización de la información es la creación de taxonomías o esquemas de clasificación para su posterior recuperación. La creación de taxonomías ha sido materia reservada por los profesionales de la información hasta la aparición de las llamadas folksonomías.

Una **folksonomía** es un sistema de etiquetado en lenguaje natural, es decir, no basado en una clasificación preconcebida, donde son los propios usuarios quienes proponen los términos que identifican un contenido. La palabra *folksonomía* (*folksonomy*) deriva de **folk** = popular y **taxonomía** = clasificación. El concepto lo acuñó Thomas van der Wal en un debate sobre arquitectura de la información. Así pues, etimológicamente, *folksonomía* significa 'clasificación realizada por la gente'. Por su parte, los **marcadores sociales** son un método

Etiqueta

Una etiqueta o *tagg* es una palabra clave que se añade a un objeto digital (sitio web, fotografía, vídeo, documento, etc.) para describirlo y facilitar su posterior recuperación.

mediante el cual los usuarios de internet pueden almacenar, organizar, buscar y gestionar sus marcadores de recursos y páginas web. A menudo los términos *folksonomía* y *marcador social* se emplean indistintamente, a pesar de que el concepto de marcadores sociales engloba más aspectos que la folksonomía o clasificación.

La organización de la información personal o PIM (*personal information management*) se ocupa de investigar cómo las personas organizan la información de uso particular, ya sea en el trabajo o en su vida privada.

Los **marcadores sociales** y las **folksonomías** se relacionan con el modo como las personas organizan, gestionan y clasifican información en la web de manera colectiva.

3.2.8. La necesidad de información

El concepto de necesidad de información, al igual que el de información, ha sido objeto de numerosos debates. Case (2007) apunta a que el concepto es muy complejo, dado que no es directamente observable, y que existen tantos acercamientos y definiciones que es difícil llegar a un consenso. El autor considera que una necesidad de información es algo que se infiere una vez se ha manifestado una petición o demanda o se ha puesto en práctica una acción determinada. A partir de las aportaciones y los planteamientos de este autor, Aurora González Teruel resume de la siguiente manera cómo varios investigadores han establecido su propia definición de necesidad de información y lo han considerado desde perspectivas diferentes:

- La necesidad de información como un objeto físico invariable (Line, Atkins y Fidel).
- La necesidad de información en diferentes estados de conciencia (Taylor).
- La necesidad de información como una situación problemática y de incertidumbre (Wersig, Belkin y Khulthau).
- La necesidad de información como un proceso de asignación de sentido (Dervin).

Cuando estudiemos los paradigmas sobre CI analizaremos con más detalle alguna de estas aproximaciones. Sea cual sea la conceptualización de la **necesidad de información**, el proceso de búsqueda de información se sustenta, de alguna manera, en esta idea. Si bien no existe un consenso sobre la definición y el enfoque del concepto necesidad de información, parece que sí hay más acuerdo al afirmar que este constituye uno de los detonantes a partir del cual

Referencia bibliográfica

Podéis consultar el documento de M. Ros-Martín (2008): *Folksonomías, marcado social y filtrado social de noticia*, disponible en: <http://eprints.rclis.org/11706/>, donde se explican de manera muy clara estos conceptos.

se inicia un proceso de búsqueda de información. En esta línea, T. Wilson sugiere eliminar la expresión *necesidad de información* y referirse a un proceso de búsqueda cuyo objetivo es satisfacer **necesidades**.

Un enfoque bastante diferente sobre este tema lo propone R. Fidel, quien considera que las necesidades de información, tal como han sido definidas hasta el momento, no resultan útiles para el diseño de sistemas de información, dado que se pueden considerar como una **condición en una situación concreta**. El autor propone, siguiendo el planteamiento de Wilson, enfocar el estudio de las necesidades a partir de los elementos del **contexto** que genera y crea las condiciones para que surja una necesidad de información y se active un proceso de búsqueda de información.

No existe un consenso sobre el concepto **necesidad de información**, pero sí en la idea de que es uno de los detonantes que activan un proceso de búsqueda.

3.3. Otras dimensiones del comportamiento informacional

Existen una serie de comportamientos informacionales que en lugar de estar asociados a la búsqueda de información lo que los caracteriza es, precisamente, no estar **en contacto** con la información o evitarla. Podríamos decir que es una inhibición o falta de IHI, en algunos casos puede ser voluntaria y en otros, condicionada. Entonces os preguntaréis: ¿por qué razones hay que estudiar estos comportamientos en el marco de la IHI? Entender estas dimensiones es importante por varias razones: en primer lugar, porque a menudo se ha considerado que este tipo de comportamientos no son beneficiosos y hay que subsanarlos; en segundo lugar, porque entender los motivos subyacentes que hay para evitar o no estar en contacto con la información también nos puede dar pistas sobre nuestras responsabilidades como profesionales de la información.

Case (2007) y Manheim (2014) proponen una serie de constructos que caracterizan la no-IHI y que se relacionan con la exposición selectiva de la información, la brecha y pobreza informacional o la sobreabundancia informativa (también conocida como intoxicación informacional), por citar las dimensiones más analizadas. Veamos brevemente en qué consisten:

- **La teoría de la exposición selectiva** proviene de la psicología y se sustenta en la idea de que las personas tienden a buscar y seleccionar aquella información que refuerza sus creencias y perspectivas, evitando encontrar o buscar información contradictoria. La exposición selectiva de información se ha empleado a menudo para analizar campañas publicitarias y políticas.
- **La brecha y pobreza informacional** se relaciona con el hecho de que existen desigualdades de oportunidades en cuanto al acceso a la informa-

ción, ya sea por la disponibilidad de recursos a los que una persona, o un colectivo, puede acceder, ya sea por las habilidades y capacidades de esta para analizar o interpretar la información.

Reflexión

Seguro que habéis oído hablar de la brecha informacional-digital. Pero de la pobreza informacional (o *information poverty*) ¿qué sabéis? Haced una búsqueda y localizad información sobre el concepto *information poverty*.

- **La sobreabundancia o intoxicación informacional** contrasta con los dos conceptos anteriores y se relaciona con el hecho de disponer de un volumen de información excesiva. El hecho de tener al alcance un exceso de información puede bloquear la capacidad de elección y también generar una serie de sensaciones, como por ejemplo angustia o frustración. Volveremos a hablar sobre este concepto, y más concretamente sobre la intoxicación digital.

El hecho de evitar la información, las desigualdades en el acceso a recursos o la sobreabundancia informativa son dimensiones que influyen en las prácticas de la IHI y que hay que vigilar.

Actividad

Leed el texto de L. Manheim (2014). "Information non-seeking behaviour". En: *Proceedings of ISIC, the Information Behaviour Conference*. Leeds, 2-5 de septiembre, parte 1 (paper 18). Disponible en: <http://InformationR.net/ir/19-4/isic/isic18.html>

¿Estáis de acuerdo con el planteamiento que hace el autor?

¿Creéis que existen otros conceptos o comportamientos que se podrían añadir?

¿Consideráis que los resultados de estos estudios tienen aplicabilidad?

Resumen

En este módulo hemos realizado una introducción al comportamiento informacional a partir de un concepto algo más amplio: la interacción de los humanos con la información. En primer lugar, hemos presentado algunos conceptos y disciplinas cuyo objetivo es estudiar cómo las personas se relacionan con la información, especialmente cuando esta interrelación está mediada por algún tipo de tecnología. Hemos dejado de lado disciplinas que abordan también este tipo de interrelación, como podrían ser la psicología, la neurología o la lingüística. Como hemos dicho en la introducción, hemos querido centrarnos en aquellas disciplinas y conceptos que pensamos que pueden estar más próximas a nuestra práctica profesional. Así pues, han aparecido conceptos más vinculados a la tecnología y la informática, como interacción persona-ordenador o usabilidad, otros más vinculados a las áreas de empresa, como el comportamiento del consumidor o la analítica web, e incluso algunos algo más abstractos, como experiencia de usuario o experiencia de información.

En segundo lugar, hemos profundizado en la relación entre el comportamiento informacional y el diseño de sistemas de información desde la perspectiva de la recuperación de la información, los sistemas de interrogación o la arquitectura de la información. Como hemos visto, los tres ámbitos comparten un objetivo que, de manera muy somera, podríamos resumir como “conseguir que un usuario obtenga de la manera más sencilla posible aquella información que le proporciona un sistema o servicio”. Por su parte el comportamiento informacional quiere estudiar cómo un usuario experimenta el proceso de relacionarse con la información, ya sea porque busca o navega por un sistema de información, ya sea porque le llega de alguna otra manera. A pesar de que toda esta amalgama de disciplinas parece que deberían trabajar juntas, también hemos visto que existe una débil interrelación entre ellas. Diferentes estudios demuestran y apuntan la necesidad de que las disciplinas que estudian las conductas informacionales de los usuarios se acerquen y trabajen juntas para proporcionar una visión más amplia de todos los factores que intervienen en la IHI, de aquí el resurgimiento del concepto de experiencia de información (IX). A pesar de no ser un concepto nuevo, hemos visto que la IX apunta a hacer confluir esfuerzos que permitan abordar el CI atendiendo a todas sus dimensiones, incluyendo las afectivas, sociales y contextuales.

En tercer lugar, nos hemos adentrado en el concepto de comportamiento informacional desgranando las principales actividades y procesos a partir de los cuales se suele estudiar este fenómeno. Hemos hecho un recorrido por aspectos como las diferentes maneras de adquirir información y las dificultades que existen a la hora de conceptualizar una necesidad de información y otras acciones, como el hecho de compartir información. Y hemos terminado presen-

tando una serie de conceptos que se han caracterizado como comportamientos no-informacionales pero que invitan a la reflexión y representan otra dimensión que hay que tener presente en el estudio de la IHI.

Nuestra intención al esbozar esta panorámica es que a la hora de abordar estudios de usuarios, tanto si se hace desde un punto de vista académico y de investigación, como si se hace desde un punto de vista profesional y práctico, se lleve a cabo con una mirada amplia que ofrezca un trabajo interdisciplinario e intersectorial que a buen seguro aportará mejores resultados a las IX y a los usuarios, así como un desarrollo más eficiente de nuestro trabajo.

Bibliografía

Bowler, L. (2010). "The self-regulation of curiosity and interest during the information search process of adolescent students". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (núm. 61(7), págs. 1332-1344).

Brunetti, J. P. y otros (2012). "Improved linked data interaction through an automatic information architecture". *International Journal of Software Engineering* (núm. 22(3), págs. 325-343).

Burford, S. (2011). "Complexity and the Practice of Web Information Architecture". *Journal of the American Science and Technology* (núm. 62(1), págs. 2024-2037).

Büttcher, S. y otros (2010). *Information Retrieval: implementing and evaluating search engines*. Londres: MIT Press.

Case, D. O. (2012). *Looking for Information: a Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior* (3.ª ed.). Bingley: JAI Press.

Choo, Ch. y otros (2008). "Information culture and information use: An exploratory study of three organizations". *Journal of the Association for Information Science and Technology* (núm. 59(5), págs. 792-804).

Dade-Robertson, M. (2012). "The Architecture of Information". *Bulletin of the Association for Information Science and Technology* (núm. 39(1), págs. 14-16).

Davis, N. (2013). "Transforming our Conversation of Information Architecture with Structure". *Bulletin of the Association for Information Science and Technology* (núm. 39(5), págs. 45-47).

Fidel, R. (2012). *Human Information Interaction: an Ecological Approach to Information Behaviour*. Cambridge: MIT.

Kari, J. (2007). "Conceptualizing the personal outcomes of information". *Information Research* (núm. 12(2)). Disponible en: <http://informationr.net/ir/12-2/paper292.html>.

Kling, R. (1999). "What is Social Informatics and Why Does it Matter?". *D-Lib Magazine* (núm. 5(1)). DOI: 10.1045/january99-kling.

Kuhlthau, C.C. (2004). *Seeking meaning: a process approach to library and information services*. Norwood: Ablex Publishing C.

Ingwersen, P.; Järvelin, K. (2005). *The turn: Integration of information seeking and retrieval in context*. Dordrecht: Springer.

Marchionini, G. (1995). *Information seeking in electronic environments*. Cambridge: Cambridge University Press.

Morales Martínez, M. (2010). *Analítica Web para empresas: Arte, ingenio y anticipación*. Barcelona: UOC.

Morville, P.; Rosenfeld, L. (2006). *Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites* (3.ª ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly & Associates.

O'Brien, H.; Lebow, M. (2013). "Mixed Methods Approach to Measuring User Experience in Online News Interactions". *Journal of the American Society for Information Sciences and Technology* (núm. 64(8), págs. 1543-1556).

Sawyer, S. (2005). "Social informatics: Overview, principles and opportunities". *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology* (núm. 31(5), págs. 9-12).

Sluis, van der F. y otros (2014). "When Complexity Becomes Interesting". *Journal of the Association for Information Science and Technology* (núm. 65(7), págs. 1478-1500).

Sawyer, S.; Rosenbaum, H. (2000). "Social informatics in the information sciences: Current activities and emerging directions". *Informing Science* (núm. 3(2), págs. 89-96).

Taylor, R. S. (1991). *Information use environments*. En: B. Dervin; M. Voigt (eds). *Progress in communication science* (10). Norwood: Ablex.

Todd, R. J. (1999). "Back to our beginnings: Information utilization, Bertram Brookes and the fundamental equation of information sciences". *Information Processing and Management* (núm. 35(6), págs. 851-870).

Van der Sluis, F. y otros (2014). "When Complexity Becomes Interesting". *Journal of the American Society for Information Sciences and Technology* (núm. 65(7), págs. 1478-1500).

Wilson, T. (2000). "Human Information Behaviour". *Informing Science* (núm. 3(2), págs. 49-55).