



UFMG

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

**Marco Antonio Carvalho Brum**

**INVESTIGAÇÃO E ANÁLISE DO COMPORTAMENTO**  
**INFORMACIONAL DE ALUNOS PARTICIPANTES DE EMPRESAS**  
**JUNIORES NO BRASIL**

**Belo Horizonte - MG**

**2008**

**Marco Antonio Carvalho Brum**

**INVESTIGAÇÃO E ANÁLISE DO COMPORTAMENTO  
INFORMACIONAL DE ALUNOS PARTICIPANTES DE EMPRESAS  
JUNIORES NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

**Área de Concentração:** Produção, Organização e Utilização da Informação.

**Linha de Pesquisa:** Gestão da Informação e do Conhecimento.

**Orientador:** Prof. Dr. Ricardo Rodrigues Barbosa

Belo Horizonte

Escola de Ciência da Informação - ECI

Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

2008



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais  
Escola de Ciência da Informação  
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

"INVESTIGAÇÃO E ANÁLISE DO COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DE ALUNOS PARTICIPANTES DE EMPRESAS JUNIORES"

Marco Antônio Carvalho Brum

Dissertação submetida à Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como parte dos requisitos à obtenção do título de "**Mestre em Ciência da Informação**", Linha de Pesquisa "**Gestão da Informação e do Conhecimento (GIC)**".

Dissertação aprovada em: 10 de dezembro de 2008.

Por:

Prof. Dr. Ricardo Rodrigues Barbosa - ECI/UFMG (Orientador)

Prof. Dr. Rivadávia Correa Drummond de Alvarenga Neto - Fundação Dom Cabral

Profa. Dra. Marta Macedo Kerr Pinheiro - ECI/UFMG

Aprovada pelo Colegiado do PPGCI

Profa. Maria Aparecida Moura  
Coordenadora

Versão final Aprovada por

Prof. Ricardo Rodrigues Barbosa  
Orientador



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais  
Escola de Ciência da Informação  
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

ATA DA DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE **MARCO ANTÔNIO CARVALHO BRUM**, matrícula:  
2006202930

Às 14:00 horas do dia 10 de dezembro de 2008, reuniu-se na Escola de Ciência da Informação da UFMG a Comissão Examinadora aprovada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação em 10/11/2008, para julgar, em exame final, o trabalho intitulado **Investigação e análise do comportamento informacional de alunos participantes de empresas juniores**, requisito final para obtenção do Grau de MESTRE em CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, Área de Concentração: Produção, Organização e Utilização da Informação, Linha de Pesquisa: Gestão da Informação e do Conhecimento (GIC). Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão, Prof. Dr. Ricardo Rodrigues Barbosa, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra ao candidato para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa do candidato. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do candidato e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Prof. Dr. Ricardo Rodrigues Barbosa - Orientador	APROVADO
Prof. Dr. Rivadávia Correa Drummond de Alvarenga Neto	APROVADO
Profa. Dra. Marta Macedo Kerr Pinheiro	APROVADO

Pelas indicações, o candidato foi considerado APROVADO.

O resultado final foi comunicado publicamente ao candidato pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Presidente encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora

Belo Horizonte, 10 de dezembro de 2008.

Prof. Dr. Ricardo Rodrigues Barbosa  
Orientador - ECI/UFMG

Prof. Dr. Rivadávia Correa Drummond de Alvarenga Neto  
Fundação Dom Cabral

Profa. Dra. Marta Macedo Kerr Pinheiro  
ECI/UFMG

Obs: Este documento não terá validade sem a assinatura e carimbo da Coordenadora.

Prof.ª Maria Aparecida Moura  
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação  
em Ciência da Informação - ECI/UFMG

*Dedico este trabalho:*

*Aos meus pais, Marco e Solange, pelo incentivo e dedicação; aos meus irmãos, familiares e amigos; ao meu sogro José e minha sogra Gerusa; e, especialmente, à minha querida esposa Maira, que me fez acreditar na superação de todos os desafios. Em caráter extraordinário, ao pequeno João Gabriel que irá nascer. Certeza de mais felicidade na minha vida.*

## **AGRADECIMENTOS**

Ao professor Ricardo Rodrigues Barbosa pela forma como conduziu a orientação, com paciência e atenção em todos os encontros, e pelas belíssimas aulas em sua disciplina.

A todos os alunos participantes das empresas juniores espalhadas pelo Brasil que responderam ao questionário e contribuíram, de forma inequívoca, para que o trabalho fosse realizado.

Aos professores Dr.<sup>a</sup> Marta Macedo Kerr Pinheiro e Dr. Jorge Tadeu de Ramos Neves pelo incentivo e apoio no andamento da pesquisa.

À professora Dr.<sup>a</sup> Gercina Ângela Borem Oliveira Lima que me apoiou e incentivou em suas aulas e contribuiu para minhas atividades profissionais e acadêmicas.

Ao professor Dr. Rivadávia Drummond de Alvarenga Neto por ter me apresentado à ECI, pelo apoio e pelas boas conversas como profissional e amigo.

Ao caro colega Júlio César Lopes Pereira, parceiro sempre presente ao longo do curso com suas importantes observações e comentários sobre o presente trabalho.

A todos os professores da ECI que contribuíram de forma significativa para meu crescimento no campo da Ciência da Informação, em suas disciplinas, repletas de informação e conhecimento.

Aos queridos colegas que compartilharam suas trajetórias e vivências em sala de aula para que eu me transformasse em uma pessoa e um profissional melhor.

*“Nenhum homem é uma ilha.”*

Teilhard de Chardin

*“A imaginação é mais importante que o conhecimento.”*

Albert Einstein

## RESUMO

BRUM, M.A.C. **Investigação e análise do comportamento informacional de alunos participantes de empresas juniores no Brasil.** Belo Horizonte, 2008, 128 páginas. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Federal de Minas Gerais.

Este trabalho analisa o comportamento informacional de alunos participantes de empresas juniores no Brasil. Procurou-se, com o estudo, explorar o comportamento de busca pela informação de alunos participantes de empresas juniores. Foram analisadas quatorze fontes de informação em termos de sua frequência de uso, relevância e confiabilidade. Além disso, investigou-se a utilidade dessas fontes para aprendizagem, compartilhamento, solução de problemas, desenvolvimento de projetos, atendimento aos clientes e armazenamento. Foram analisadas 270 respostas de alunos participantes, utilizando-se o método quantitativo de levantamento de dados.

Os resultados indicaram que as fontes mais acessadas e consideradas mais relevantes pelos alunos participantes são as pessoais (os próprios colegas), seja via internet ou em contatos diretos por uma simples conversa. Livros e professores foram considerados as fontes mais confiáveis. O uso das fontes de informação também tem por objetivo o aprendizado e o compartilhamento entre pessoas.

**Palavras-chave:** Comportamento informacional, fontes de informação, empresa júnior.



## ABSTRACT

BRUM, M.A.C. **The information behavior of members of Brazilian junior enterprises: an investigation.** Belo Horizonte, 2008, 128 pages. Dissertation (Master's Degree in Information Science). Federal University of Minas Gerais.

This work analyzes the information behavior of member students of junior enterprises in Brazil. The study explored the search behavior of junior enterprise students. Fourteen sources were analyzed in terms of their frequency of use, relevance and reliability. Moreover, it was investigated the usefulness of these sources for learning, sharing, problem-solving, project development, service to customers and storage. Two hundred and seventy answers were analyzed, and the survey quantitative method was used.

The results show that personal sources (work colleagues) are accessed more frequently and considered more relevant, either through the Internet or in direct contacts for a simple conversation. The most reliable sources for them are books and professors. The students also answered that they use information sources mainly for learning and sharing information with other people.

**Keywords:** Information behavior, information sources, junior enterprise.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Sexo dos alunos-participantes de EJ.....	80
Tabela 2 - Faixa etária dos alunos-participantes de EJ.....	80
Tabela 3 - Nome da Faculdade / Universidade onde estuda.....	82
Tabela 4 - Curso superior dos alunos participantes de EJ.....	85
Tabela 5 - Tempo de EJ.....	86
Tabela 6 - Principal papel desempenhado na EJ.....	87
Tabela 7 - Tempo de dedicação diária à EJ.....	88
Tabela 8 - Principais clientes das EJ.....	88
Tabela 9 - Freqüência de acesso às Fontes de Informação.....	91
Tabela 10 - Grau de Relevância das Fontes de Informação.....	94
Tabela 11 - Confiabilidade das Fontes de Informação.....	96
Tabela 12 - Freqüência de Uso das Fontes de Informação.....	98
Tabela 13 - Grau de Importância do uso das Fontes de Informação.....	99

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Ambientes de uso da informação.....	33
Quadro 2 - Tipos de Busca na Web.....	39
Quadro 3 - Fontes de Informação Organizacional.....	51
Quadro 4 - Fontes de informação utilizadas na pesquisa.....	76
Quadro 5 - Fontes de informações digitais e não-digitais.....	77

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estudos de Necessidades e Usos da Informação.....	25
Figura 2 - Primeiro Modelo de Wilson.....	30
Figura 3 - Segundo Modelo de Comportamento Informacional de Wilson.....	31
Figura 4 - Comportamento informacional: O Modelo Integrativo de Choo.....	36
Figura 5 - Áreas conceituais segundo Wilson (1999).....	46
Figura 6 - Fontes de informação utilizadas por consultores empresariais.....	55
Figura 7 - Modelo de Análise.....	63
Figura 8 - Fluxogramas de procedimentos para coleta de dados.....	69

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Universidades/ faculdades por região geográfica no Brasil, 2008.....83

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>24</b>
2.1. Comportamento Informacional.....	24
2.1.1. Necessidade de Informação.....	41
2.1.2. Busca da Informação.....	44
2.1.3. Uso da Informação.....	48
2.2. Fontes de Informação.....	51
2.2.1. Fontes de informação na internet.....	57
2.3. Empresas Juniores.....	59
2.4. Modelo de Análise.....	63
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>66</b>
3.1. Tipo de pesquisa.....	66
3.2. Amostra.....	68
3.3. Unidade de análise e observação.....	68
3.4. Categorias de análise da pesquisa.....	70
3.5. Instrumento de coleta de dados.....	71
<b>4. ANÁLISE DE DADOS.....</b>	<b>80</b>
4.1. Perfil dos alunos participantes de EJ.....	80
4.2. Comportamento informacional dos alunos participantes de EJ.....	90
4.2.1. Comportamento de busca pelas fontes de informação.....	91
4.2.2. Comportamento de uso através das fontes de informação.....	99
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....</b>	<b>102</b>
<b>6. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>108</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>116</b>
Anexo 1 – Conceito Nacional de Empresa Júnior.....	116

Anexo 2 – Quadro das empresas juniores federadas à Brasil Júnior.....	121
Anexo 3 – Questionário da pesquisa.....	122
Anexo 4 – <i>Print screen</i> (tela impressa) do <i>makesurvey.net</i> .....	128

## 1. INTRODUÇÃO

O ambiente que se descortina dentro da sociedade da informação é composto por pessoas e organizações que necessitam, buscam, disseminam e usam a informação sem se preocupar com a sistematização desse processo. As organizações se vêem envoltas por quantidades cada vez maiores de dados em seus sistemas computacionais, gerando diariamente enormes volumes de informação sem o seu devido gerenciamento.

Para os usuários, esse excesso de informação se torna angustiante devido ao fato de eles terem acesso e não conseguirem absorvê-la ou usá-la para atingir um objetivo, ou mesmo para executar alguma tarefa.

Para os indivíduos, de maneira geral, ter consciência da necessidade de informação é algo difícil e subjetivo de ser alcançado. Posteriormente, efetuar a procura por essa informação depende da acessibilidade e da relevância das fontes de informação que são selecionadas conforme as escolhas subjetivas do usuário. A confiança e a facilidade de acesso às fontes são fatores que auxiliam na busca pela informação. O uso da informação, dentro da dinâmica comportamental, está relacionado à transformação do usuário dessa informação em agente ativo, de acordo com suas necessidades, pela qualidade, acessibilidade e confiança nas fontes disponíveis e escolhidas.

O comportamento informacional, campo de pesquisa a ser investigado pelo presente estudo, envolve os usuários de informação em atividades, ambientes e situações diferentes, transformando-se em um desafio para todos os indivíduos que necessitam buscar informação para atingir um objetivo.



Partindo-se desse pressuposto, então, qual a importância de analisar as pessoas e seus comportamentos informacionais em diferentes ambientes ou contextos? Essa pergunta leva a crer que, para alguns grupos de indivíduos com características específicas, o modo como buscam e usam a informação pode ser fonte de pesquisa para complementar e enriquecer o campo investigado.

Em se tratando de organizações, com ou sem fins lucrativos, uma análise mais criteriosa pode esclarecer algumas questões que ainda estão em estudo. Entre elas o que proporciona um melhor aproveitamento das informações pelos usuários da informação.

O comportamento informacional é um campo de investigação da Ciência da Informação que busca esclarecimentos sobre a maneira como as pessoas necessitam, buscam e usam a informação. Wilson (2000) define comportamento informacional como sendo o comportamento humano em relação às fontes e aos canais de informação. Isso inclui a busca passiva e ativa, além do uso da informação, que pode ser uma simples comunicação face-a-face entre pessoas e/ou também uma recepção passiva de uma mensagem publicitária, sem nenhuma intenção de gerar reação durante a sua exibição (WILSON, 2000)<sup>1</sup>.

Partindo-se dessa discussão, procura-se atingir uma maior eficiência no processo e, conseqüentemente, um resultado mais efetivo em relação aos objetivos a serem alcançados, seja por parte de um indivíduo no seu dia-a-dia em busca de fontes de informação, seja por uma organização, que é o ambiente gerencial e empresarial onde estão inseridos indivíduos e seus comportamentos informacionais.

---

<sup>1</sup> A definição acima está em processo de mudança devido aos sistemas interativos da TV Digital e da internet. Assuntos que não estão se aprofundando no presente estudo, mas que podem ser discutidos em um outro momento.

O presente trabalho tem o propósito de estudar como os alunos participantes de empresas juniores (EJ)<sup>2</sup> distribuídas pelo Brasil se comportam diante de um número previamente escolhido de fontes de informação disseminadas por vários meios formais ou informais, pessoais ou impessoais (CHOO, 1994) e também eletrônicas e não-eletrônicas (PEREIRA, 2006).

De acordo com o Conceito Nacional de Empresa Júnior (Brasil Júnior, 2006), as EJ são organizações sem finalidades econômicas, mas com fins educacionais. Elas têm seu próprio CNPJ, garantindo, assim, sua atividade como sendo juridicamente válida ao prestar serviços para as micro e pequenas empresas, por exemplo.

O que motivou o pesquisador a realizar esse tipo de investigação foi o fato de ele ter sido participante ativo de uma EJ como tutor. A tutoria é um suporte acadêmico-profissional que tem como objetivo orientar os alunos participantes, dentro das EJ, em suas tarefas diárias. A atuação incide diretamente sobre como os alunos aplicam, na prática, toda a teoria aprendida em sala. A EJ com a qual o autor estava envolvido atua na área de Comunicação Social, mais especificamente em Publicidade e Propaganda.

É importante ressaltar que a observação foi feita desde o primeiro semestre de 2006, quando o pesquisador assumiu a orientação dos alunos na EJ de nome “F/kaz Propaganda”, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), em Arcos/MG. Já no segundo semestre de 2006, o autor da presente pesquisa passou ao cargo de tutor, tendo a responsabilidade de ensinar e instruir sobre as práticas da atividade publicitária, mas também gerenciar, ao lado dos alunos, a relação entre a EJ e os clientes.

---

<sup>2</sup> Será utilizada nesse trabalho a sigla EJ em substituição à expressão “Empresa Júnior”

As formas e os meios (canais) de se ter acesso à informação, dentro dessa organização, serviram como elementos instigadores para que o estudo sobre o comportamento informacional de alunos participantes de EJ fosse elaborado e executado com maior precisão e grau de rigor.

A escolha das fontes informacionais, para servir de base do questionário da pesquisa, seguiu o critério de observação do pesquisador de rotinas de acesso às fontes por estudantes do ensino superior no Brasil. Não houve um levantamento mais detalhado para determiná-las, somente uma validação por meio de um pré-teste com oito alunos, todos participantes da EJ na qual o pesquisador estava exercendo a função de tutor.

Ressalta-se a grande utilização das fontes provenientes dos meios digitais como a internet, que é disseminada academicamente, sendo condição *sine qua non* para os futuros profissionais de qualquer área destacar-se no mercado de trabalho.

A pesquisa, aqui apresentada em forma de dissertação para o nível de mestrado em Ciência da Informação, traz uma visão de como se configura a necessidade, a busca e o uso da informação desses alunos que estão entre o nível acadêmico e profissional.

Acredita-se que, a partir desse estudo, as EJ no Brasil e seus participantes possam entender melhor qual a importância da informação para os seus trabalhos e, quem sabe, potencializar e maximizar seus esforços em torno da construção de conhecimentos mais estruturados e consistentes diante da realidade do mercado de trabalho.

Pouco se sabe sobre o perfil desse estudante que está em um ambiente que simula o contexto profissional, mas que se caracteriza, primordialmente, pelo

aprendizado para o mercado de trabalho. Esse estudo pretende ainda conhecer, pelas principais fontes de informação acessadas pelos participantes das EJ, qual o grau de importância de cada uma delas. Faz-se necessário, também, conhecer a sua frequência de acesso e o grau de confiança que é dada às fontes que eles buscam e como as usam para executar as diferentes tarefas que são exigidas para uma atuação com efetividade.

O contexto atual configura-se de maneira que a competitividade, o conhecimento e o compartilhamento em torno da informação estão transformando a realidade dos alunos de graduação das universidades e faculdades. Isso significa que, para serem competitivos, eles precisam cada vez mais de informação para construir um conhecimento sólido.

A EJ surge, então, como oportunidade nesse cenário para que os alunos que fazem parte dela possam desenvolver as habilidades adequadas. O senso crítico e analítico dos alunos participantes é estimulado, pois, além de entenderem na prática como funcionam as diferentes teorias que aprendem dentro da sala de aula, também vão a busca de informação para construir seu próprio conhecimento e compartilhá-lo com os seus pares.

No cenário competitivo atual, dentro e fora dos diferentes tipos de organizações, para se destacar no mercado, os usuários de informação procuram fontes de informação que lhes forneçam subsídios para chegar aos seus objetivos, ou mesmo cumprir suas tarefas no trabalho.

Para o presente estudo pretende-se identificar quais são as fontes de informação mais usadas pelos alunos participantes das EJ, com base nos critérios de relevância, frequência e confiabilidade. Além de procurar saber quem é o aluno participante da EJ pelo seu perfil e saber sobre o seu desempenho ao usar as fontes

de informação para executar ou cumprir determinada tarefa ou objetivo, respectivamente.

Segundo Le Coadic (2004), a Ciência da Informação tem por objeto o estudo da natureza, da formação e dos efeitos da informação na sociedade e, principalmente, relacionar-se com o presente estudo, gerar análises de seus “processos de construção, comunicação e uso”. O que se infere dessa afirmação do autor vai ao encontro do que se pretende estudar na presente pesquisa. Construir, comunicar e usar está alinhado com necessidade, busca e uso referentes ao comportamento informacional, visto que a construção partiu de uma necessidade, a comunicação da busca em uma fonte de informação e, por fim, o objetivo final de uso da informação.

Esta proposta de pesquisa é relevante na medida em que, de acordo com Case (2002), há pesquisas sob diversos aspectos acerca do Comportamento Informacional (*Information Behavior*). Ele demonstra que a evolução dos estudos na área aponta para a construção de métodos, teorias e modelos para estudar como os indivíduos, em seu papel de *information seekers* (buscadores de informação) em determinada área de atuação, se comportam diante da necessidade de buscar informação para a execução de tarefas específicas.

A importância de se investigar as EJ e, mais especificamente, os seus participantes, está no sentido de se desenvolver estudos mais aprofundados sobre o assunto, dentro do campo da Ciência da Informação, em organizações pouco pesquisadas, e com foco nos usuários da informação. O que se pretende é obter generalizações a respeito de um grupo específico da sociedade, contribuindo para que mais estudos sejam desenvolvidos na área do comportamento informacional.

O estudo do comportamento informacional dos participantes de EJ do Brasil é um tipo de pesquisa que se sustenta como um intermédio entre pesquisas anteriores com alunos de graduação e, num outro nível, com profissionais que já atuam no mercado. Por isso, pretende-se verificar um novo grupo de usuários da informação e, por conseguinte, o seu ambiente informacional, pois são aqueles que fazem a transição entre a academia e o mercado profissional.

Para que haja consistência e se determine o foco da pesquisa, é necessária a delimitação do problema investigado, assim como os objetivos alcançados a partir da elaboração do problema de pesquisa. Logo em seguida, apresenta-se a estruturação da pesquisa em forma de capítulos e seções, com as partes de fundamentação teórica, análise dos dados e conclusões e considerações finais.

Diante do contexto acima apresentado, para se compreender melhor a proposta da pesquisa, a questão principal ou problema de pesquisa deve ser dividido em duas perguntas que se complementam:

**Qual é o comportamento informacional dos alunos participantes das Empresas Juniores (EJ) no Brasil? Como os alunos participantes buscam e usam diferentes fontes de informação para executar suas atividades?**<sup>3</sup>

De forma geral, a pesquisa pretende investigar e analisar o comportamento informacional dos alunos participantes das empresas juniores com foco em como eles buscam e usam a informação para executar tarefas específicas na EJ.

De maneira mais direcionada, pretende-se:

- Analisar as diversas fontes de informação utilizadas pelos participantes das EJ com base nos critérios de frequência de uso.

---

<sup>3</sup> Negrito do autor

- Avaliar a relevância das fontes de informação por parte dos alunos participantes das EJ.
- Avaliar qual o grau de confiabilidade das fontes de informação buscadas pelos alunos participantes.
- Analisar como os alunos participantes usam da informação para executar suas tarefas nas EJ, com base na frequência de uso e na importância das fontes.

A presente dissertação é composta de quatro capítulos principais. Este primeiro capítulo, de natureza introdutória, apresenta uma visão geral do que será o trabalho, as justificativas da escolha do tema, o problema de pesquisa levantado, a apresentação do objetivo geral, dos objetivos específicos e de como a pesquisa se organiza.

O segundo capítulo abrange toda a fundamentação teórica, subdividida em dois grandes assuntos, que são os conceitos gerais de comportamento informacional, necessidade, busca e uso da informação e uma revisão sobre fontes de informação.

Os procedimentos metodológicos estão explicitados no terceiro capítulo, e determinam como são alcançados os objetivos almejados para se construir a pesquisa. Nesse capítulo realizou-se uma descrição das EJ no Brasil, desde seu surgimento até sua implantação no país, como forma de situar o leitor no objeto investigado. Ainda nesse capítulo, apresentou-se o instrumento de coleta de dados utilizado, contribuindo para que o método *survey* fosse empregado de maneira efetiva. A técnica escolhida e utilizada foi o levantamento de dados via web ou *websurvey*, por causa da facilidade de distribuição dos questionários aos respondentes. No caso das EJ, o emprego do *survey* via internet contribuiu para que

se tornasse mais ágil o processo de coleta, melhorando o seu desempenho e tornando-o viável financeiramente.

No quarto capítulo, a partir dos métodos de pesquisa, parte-se para a compilação dos dados, a apresentação deles em gráficos e tabelas e, por fim, as análises dos resultados obtidos.

Para finalizar, o quinto capítulo apresenta as conclusões e as principais recomendações para novas pesquisas, ao pontuar questões de relevância para o crescimento do campo da Ciência da Informação e, mais especificamente, o campo do comportamento informacional.



## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. Comportamento Informacional

As pesquisas em necessidade e uso da informação se iniciaram há algum tempo atrás, mais especificamente em 1948, na Conferência da *Royal Society Scientific Information*, com objetivos mais relacionados à informação científica, que estudava o comportamento de busca por informação de cientistas britânicos e o seu uso em uma biblioteca de Londres. Segundo Wilson (1999), nessa época ainda não havia menção ao termo comportamento informacional, nem ao campo Ciência da Informação, cujo nome foi cunhado sete anos depois por Chris Hanson, da ASLIB (atual *Association for Information Management*<sup>4</sup>), que dez anos mais tarde fundou o *Institute of Information Scientists*<sup>5</sup>, na Inglaterra

O comportamento informacional é uma nomenclatura que começou a ser usada recentemente e que, antes, era nomeada como *Information Needs and Uses* (Necessidades e Usos da Informação) em capítulos dedicados no *Annual Review of Information Science and Technology* (ARIST), a partir de 1966, com Herbert Menzel. Em 1967 foi publicado com Herner & Herner; em 1968, com Paisley e em 1969, com Thomas Allen. Em 1970 foi Lipetz quem o publicou, seguido de Lin & Harvey, em 1971, além de Martyn e Crawford, em 1974 e 1978, respectivamente.

Segundo Case (2002), talvez por causa da crescente disponibilidade de bibliografias sobre o assunto, houve uma pausa nas publicações do ARIST sobre as necessidades e usos da informação entre 1978 (com Susan Crawford) e 1986. Foi

---

<sup>4</sup> Traduzido como Associação para Gestão da Informação

<sup>5</sup> Traduzido como Instituto de Cientistas da Informação

exatamente neste ano quando, realmente, iniciaram-se os estudos mais especializados na área com Dervin & Nilan (1986) e Hewins (1990).

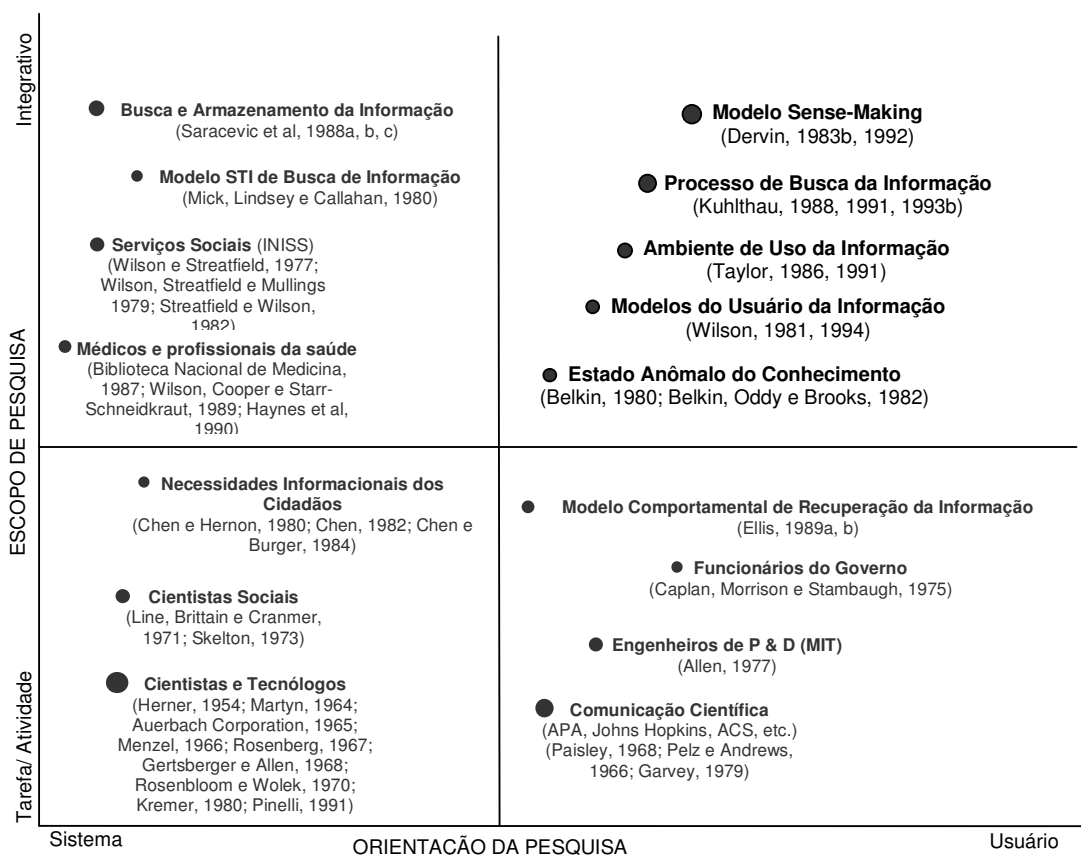
De acordo com Pettigrew *et al* (2001), a literatura do comportamento informacional foi observada a partir da abordagem centrada nos usuários da informação com os pesquisadores Dervin e Nilan (1986). Os seus apontamentos com foco nos usuários da informação romperam o paradigma da abordagem centrada nos sistemas e recursos informacionais que perduravam durante anos, mas que evolutivamente significou um marco para o campo do comportamento informacional, pois eram caracterizados pelo foco no usuário ativo e construtivo, na informação subjetiva e situacional e na pesquisa qualitativa (PETTIGREW *et al*, 2001).

Mais do que uma simples nomenclatura, os estudos passaram a ser denominados como Comportamento Informacional a partir de 1999, com as inferências de Wilson (1997, 1999a, 1999b, 2000) em artigos sobre o campo em estudo. Muito foi discutido a respeito, segundo Pettigrew *et al* (2001), com alguns estudiosos questionando a relação que as pessoas, em geral, iam fazer com o paradigma *behaviorista* (comportamental), originalmente provindo da Psicologia. Mas o termo foi bem defendido por Wilson (2000) através do conceito de que o comportamento informacional é “a totalidade do comportamento humano em relação a fontes e canais de informação, incluindo a busca ativa e passiva e o uso da informação.”

Ainda de acordo com Wilson (2000), comportamento de busca (*information-seeking behavior*), comportamento de pesquisa (*information searching behavior*) e comportamento de uso (*information use behavior*) se aglutinam para formar o

Comportamento Informacional. Mais adiante há maiores detalhes sobre os modelos apresentados por Wilson e os tipos de comportamento categorizados por ele.

No entendimento de Choo (2006), ao revisar a literatura da área, os estudos sobre necessidade e uso da informação podem ser visualizados e esquematizados da seguinte forma:



Fonte: CHOO, 2006, p.31 (adaptado e traduzido pelo autor)

Figura 1: Estudos de Necessidades e Usos da Informação de

Os estudos destacados em tamanho e em negrito foram selecionados pelo autor para compor o modelo integrativo de Choo (2006), que tem a orientação da pesquisa voltada para o usuário.

O eixo horizontal da Fig. 1 acima indica a *orientação de pesquisa*, que pode partir do sistema até usuário. De acordo com as observações feitas por Choo (2006) sobre a figura acima, “a orientação para o sistema enxerga a informação como uma entidade externa, objetiva, que tem uma realidade própria, baseada no conteúdo, independente dos usuários ou dos sistemas sociais” (CHOO, 2006). É função do usuário localizar e extrair a informação já existente. Através do conteúdo é possível representar, organizar e armazenar a informação. Na orientação para o sistema, ferramentas são desenvolvidas para facilitar o acesso, armazenar e compartilhar a informação. Ela identifica como a informação flui pelos sistemas sociais para desenvolver melhores instrumentos de acesso à informação.

Já na orientação para o usuário, na proposta de Choo (2006), a informação é uma construção subjetiva criada dentro da mente dos usuários. O conteúdo associado a sua própria interpretação faz com que a informação se torne significativa. Portanto:

O valor da informação reside no relacionamento que o usuário constrói entre si mesmo e determinada informação [...] a informação só é útil quando o usuário infunde-lhe significado, e a mesma informação objetiva pode receber diferentes significados subjetivos de diferentes indivíduos. (CHOO, 2006, p. 32)

O eixo vertical da Fig. 1 indica o escopo da pesquisa e sua finalidade. Os estudos podem ser integrativos ou direcionados a alguma atividade/tarefa. A pesquisa que é orientada para tarefas tem o foco no processo de busca da informação. O objetivo é identificar as fontes de informação que são selecionadas e usadas por grupos específicos de indivíduos ou examinar como essa informação é partilhada e comunicada entre eles.

Já a pesquisa integrativa, representada mais acima na Fig. 1 no topo do eixo vertical, “abrange todo o processo de busca e utilização da informação”, na visão de Choo (2006). O foco está no entendimento da situação ou do contexto que indicou o reconhecimento da necessidade de informação, na identificação das atividades de busca e armazenamento da informação e em analisar como a informação é usada para resolver problemas, tomar decisões e criar significado.

Embora todos os modelos tenham graus de orientação e escopo da pesquisa com foco em tarefas e sistemas, o direcionamento desta pesquisa é especificamente nos autores que modelaram suas pesquisas em estudos integrativos e centrados nos usuários<sup>6</sup>, entendendo que eles ajustam-se mais fielmente ao que está sendo proposto pelo presente estudo.

Basicamente cinco pesquisadores compõem o grupo classificado por Choo para fazer parte da base teórica desse trabalho e que estão situados no quadrante acima e à direita. Primeiramente apresenta-se Nicholas J. Belkin, da Universidade de Rutgers, nos Estados Unidos da América, e seu Estado Anômalo do Conhecimento ou ASK<sup>7</sup>, da sigla em inglês. O segundo autor é Thomas Wilson, da Universidade de Sheffield, no Reino Unido, com sua evolução conceitual sobre os usuários de informação. Robert Taylor é o pesquisador dessa área que pesquisa sobre o Ambiente de Uso da Informação (TAYLOR, 1996), preocupado com o contexto e o ambiente onde os usuários da informação estão inseridos. Completando o campo das pesquisas sobre comportamento informacional centrado no usuário, como se observa na Fig. 1 acima, está Carol C. Kuhlthau, também da Universidade de Rutgers, que direciona seus trabalhos nos Processos de Busca da Informação (KUHLETHAU, 1991). Brenda Derwin fecha a relação visualizada na Fig. 1

---

<sup>6</sup> Grifo do autor.

<sup>7</sup> ASK – *Anomalous State of Knowledge*

acima, trabalhando a abordagem do Sense-Making, que, pela sua posição no quadrante, concentra seus estudos nos usuários.

Todos estes autores e pesquisadores contribuem de forma efetiva para o desenvolvimento do campo do comportamento informacional. Em muitos estudos, artigos, dissertações e teses esses autores são citados como referências, assim como há citações recíprocas em seus trabalhos, conforme se observa no artigo de McKechnie *et al* (2005).

Thomas Wilson, da Universidade de Sheffield, no Reino Unido, é um dos autores que contribui de maneira intensa para a evolução dos estudos em comportamento informacional. Em seu artigo “Evolution in Information Behavior Modeling: Wilson’s Model (*in*: FISHER *et al*, 2006. *Theories of Information Behavior*), ele seleciona e apresenta alguns de seus modelos desde 1981, quando estava em processo de doutoramento. Assim ele define o comportamento informacional:

“[...] é a totalidade do comportamento humano em relação às fontes e aos canais de informação, incluindo a busca ativa e passiva e o uso da informação. Inclui também a comunicação face a face, assim como a recepção passiva de informações como, por exemplo, ao assistir propagandas na TV, sem nenhuma intenção de agir à informação transmitida.” (WILSON, 2000, p. 49)

Como etapas do comportamento informacional (PETTIGREW *et al*, 2001), segundo Wilson (2000), estão o comportamento de busca da informação (*information seeking behavior*) e o comportamento de pesquisa da informação (*information search behavior*), que tem uma tradução para o português considerada pelo autor como pouco consistente, e que podem ser mais bem explicados no sub-capítulo 2.1.2 sobre Busca da Informação, mais adiante. *Seeking* e *searching* são

sinônimos e significam *busca*, mas apresentam nuances diferenciadas quando se trata de comportamento informacional.

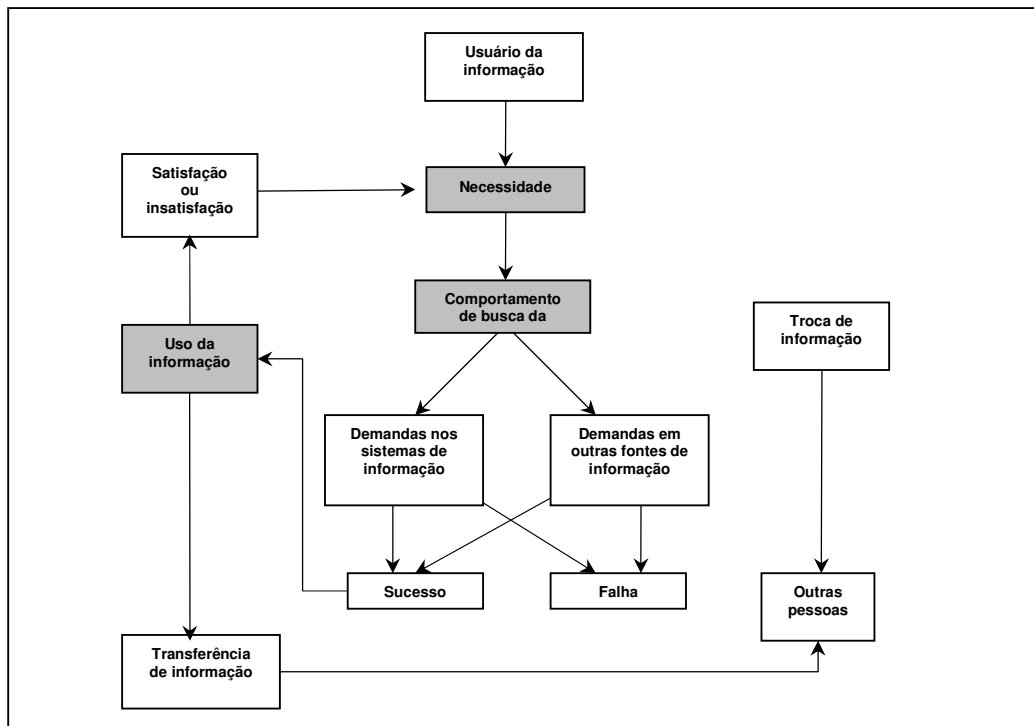
Nas Fig. 2 e 3 a seguir observa-se a evolução de seus modelos. Cada um deles representa como ele visualizava as necessidades do usuário, a forma como buscava a informação e seus usos em diferentes situações e contextos.

O primeiro modelo de Wilson, datado da década de 80, segundo Case (2002), tem 12 elementos e começa com o usuário da informação. Contudo, ele se interessa também por outros elementos, além do “simples” uso da informação.

O que se observa na Fig. 2, abaixo, é que Wilson (1999) já aponta seus estudos para mais adiante do que os anteriores estudos em “necessidades e usos” ou os mais recentes em “comportamentos de busca por informação”, em inglês, os chamados *information seeking behavior*.

“Um importante aspecto em seu modelo representado pela Fig. 2 é reconhecer que há uma troca de informação entre os indivíduos (transferência de informação) no decorrer do comportamento de uso e busca pela informação”, conforme afirma Case (2002).

Para Wilson (1999), no artigo em que ele apresenta o modelo abaixo, o comportamento de busca aparece ao centro, proveniente de uma necessidade prévia do usuário da informação. Para dar continuidade ao processo, o usuário demanda por fontes de informações formais ou informais e, a partir daí, ele vai ter sucesso ou não em sua busca. Se obtiver sucesso, o usuário usa a informação que irá satisfazê-lo ou não em sua necessidade prévia, podendo, se houver insatisfação, iniciar o processo novamente. Esse modelo também mostra que um dos usos da informação é a troca de informação entre as pessoas.

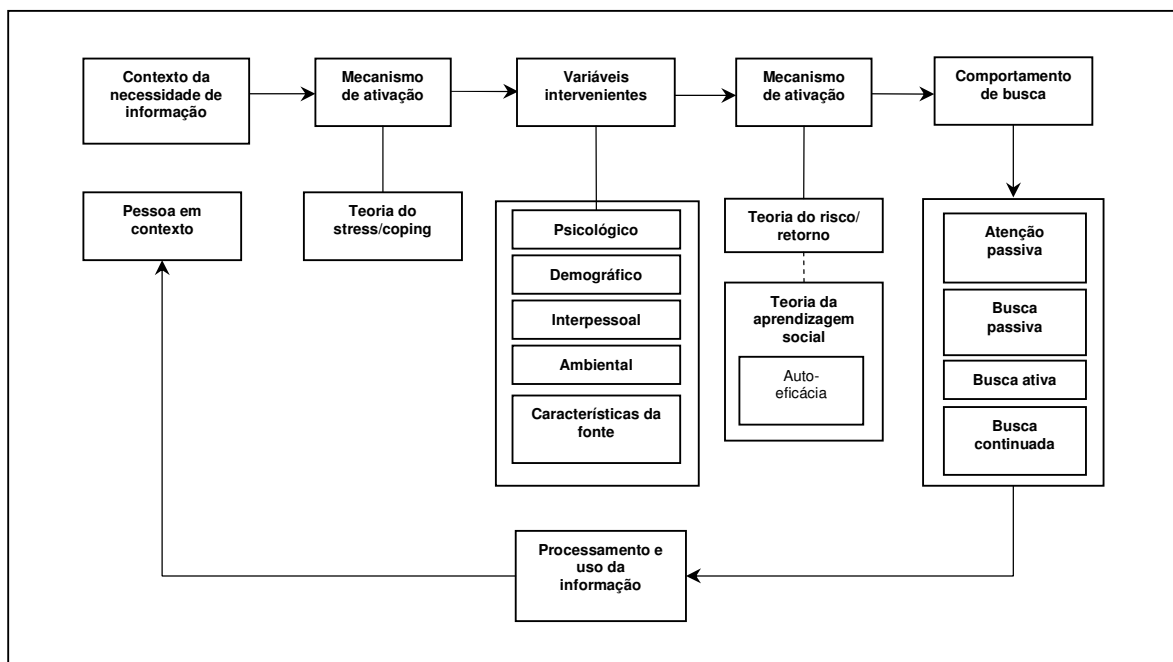


Fonte: Traduzido e adaptado de Wilson (1999)

Figura 2: Primeiro Modelo de Wilson - 1981

O segundo modelo, visualizado na Fig. 3, que aborda o comportamento informacional na visão de Wilson, já é do ano de 1996 e engloba fatores mais complexos do que os vistos anteriormente. Case (2002) observa que Wilson identifica em seu modelo fatores provenientes de outros campos de estudo para desenvolvê-lo.





Fonte: Traduzido e adaptado de Wilson (1999).

Figura 3 - Segundo Modelo de Comportamento Informacional de Wilson (1996)

Outra pesquisadora que estuda o campo do comportamento informacional de forma sistemática é Brenda Dervin, com sua abordagem *Sense-Making* (1986). Colocada em letras maiúsculas na primeira letra para distinguir de “*sense making*” ou simplesmente “fazer sentido”, literalmente. Também chamada de *Metáfora de Construção de Sentido*, ela trabalha diversas disciplinas como Filosofia, Sociologia, Psicologia, Educação, Estudos Culturais, entre outras.

A abordagem *sense-making* consiste em um conjunto de premissas conceituais e teóricas, e metodologias correlatas, que procuram explicar como as pessoas fazem sentido dos seus mundos e como eles usam a informação e outros recursos nesse processo. Essa abordagem, segundo Dervin e Nilan (1986) tem sido usada para descrever necessidades e usos da informação em diversos contextos, tais como doadores de sangue, usuários de bibliotecas e usuários de computadores.

O modelo Situação-Lacuna-Uso (Situation-Gap-Use), dentro da abordagem de Dervin, é utilizado para auxiliar os respondentes a descreverem situações problemáticas por eles vivenciadas. Ou seja, os seus momentos de indecisão, as perguntas que eles formulam para si mesmos, quais as suas lacunas cognitivas, as estratégias adotadas para responder a estas perguntas, bem como as pontes (ligações) encontradas para superar essas lacunas. (DERVIN & NILAN, 1986).

O *Sense-Making*, segundo a autora, é estudado para compreender melhor como os indivíduos, por seu contexto cultural, estruturas de poder e o próprio conhecimento, dentro de determinadas situações no tempo-espaço, conseguem preencher suas lacunas cognitivas, fazendo a ponte com idéias, atitudes, intuições, etc. para atingir seus objetivos.

Mais recentemente, os estudos em comportamento informacional se preocuparam em compreender os processos informacionais, devido ao aumento expressivo do fluxo de informação em decorrência das novas tecnologias. Assim, várias instituições governamentais e privadas investiram em pesquisas na área, conforme descrito por Choo (2006). Estas pesquisas se iniciaram com grupos científicos e técnicos que receberam verba de agências governamentais como o Departamento de Defesa norte-americano e a NASA (agência espacial norte-americana). Auster e Choo (1993) investigaram o monitoramento ambiental e a aquisição e uso da informação por gerentes.

Para Auster e Choo (1993) há algumas questões que devem ser observadas para a devida construção teórica do comportamento informacional. Entre elas está o fato de que as necessidades informacionais dos usuários variam de acordo com o meio e o contexto onde estão inseridos, seja no trabalho, na vida social ou no desafio de executar determinada tarefa requerida.

Em resumo, para Taylor (1991), o ambiente de uso da informação consiste em um conjunto de pessoas que trocam suposições sobre a natureza de seu trabalho e o papel da informação inserida neste ambiente.

Conjunto de pessoas	Problemas comuns	Contextos de trabalho	Resolução de problemas
1. As profissões 2. Os empreendedores 3. Grupos de interesse especiais 4. Grupos socioeconômicos especiais	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Problemas são dinâmicos.</li> <li>▪ Classes distintas de problemas são criadas pelas necessidades da profissão, ocupação, condição social, etc.</li> <li>▪ As dimensões dos problemas determinam o critério para julgar o valor da informação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estrutura da organização e estilo</li> <li>▪ Setor de interesse</li> <li>▪ Acesso a informação</li> <li>▪ História, experiência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suposições sobre o que constitui a resolução de um problema</li> <li>▪ Tipos de uso da informação</li> <li>▪ Características da informação antecipadas para resolver problema</li> </ul>

Fonte: Extraído e traduzido de Taylor (1991)

Quadro 1 - Ambientes de uso da informação

Taylor (1996) discute a relação entre o ambiente de uso da informação e seus usuários em artigo intitulado “Ambiente de Uso da Informação”, o qual investiga diferentes tipos de usuários inseridos em diferentes ambientes e contextos, nos quais os usuários buscam informação e fazem escolhas sobre a utilidade da informação para eles disponível para a resolução de problemas.

Para se buscar informação há uma dependência direta em relação às fontes de informação e, para os autores acima referenciados, normalmente as fontes informais (colegas de trabalho, amigos, contatos pessoais) são as mais procuradas em oposição às fontes formais. Na seção 2.2. adiante se explica melhor as variações e tipos de fontes de informação.

Para complementar o que foi discutido por Auster e Choo (1993) em seu artigo intitulado “Monitoramento Ambiental: aquisição e uso da informação por gerentes” e por Taylor (1991), é mister abordar que a seleção e o uso das fontes de informação são afetados por um extenso número de critérios, Segundo Barbosa (1997), os componentes do ambiente empresarial podem ser definidos como clientes, concorrentes, tecnologia, economia, regulamentação e fatores socioculturais); os interpretativos (urgência, magnitude do impacto, velocidade do impacto, longo prazo *versus* curto prazo, natureza, etc); os comunicacionais (compartilhamento de informações, formação de consenso); e os relativos à utilização (planejamento estratégico, inovação, memória organizacional, aprendizagem etc). Em muitos casos, as fontes mais acessíveis são mais procuradas e utilizadas em detrimento das fontes mais qualificadas.

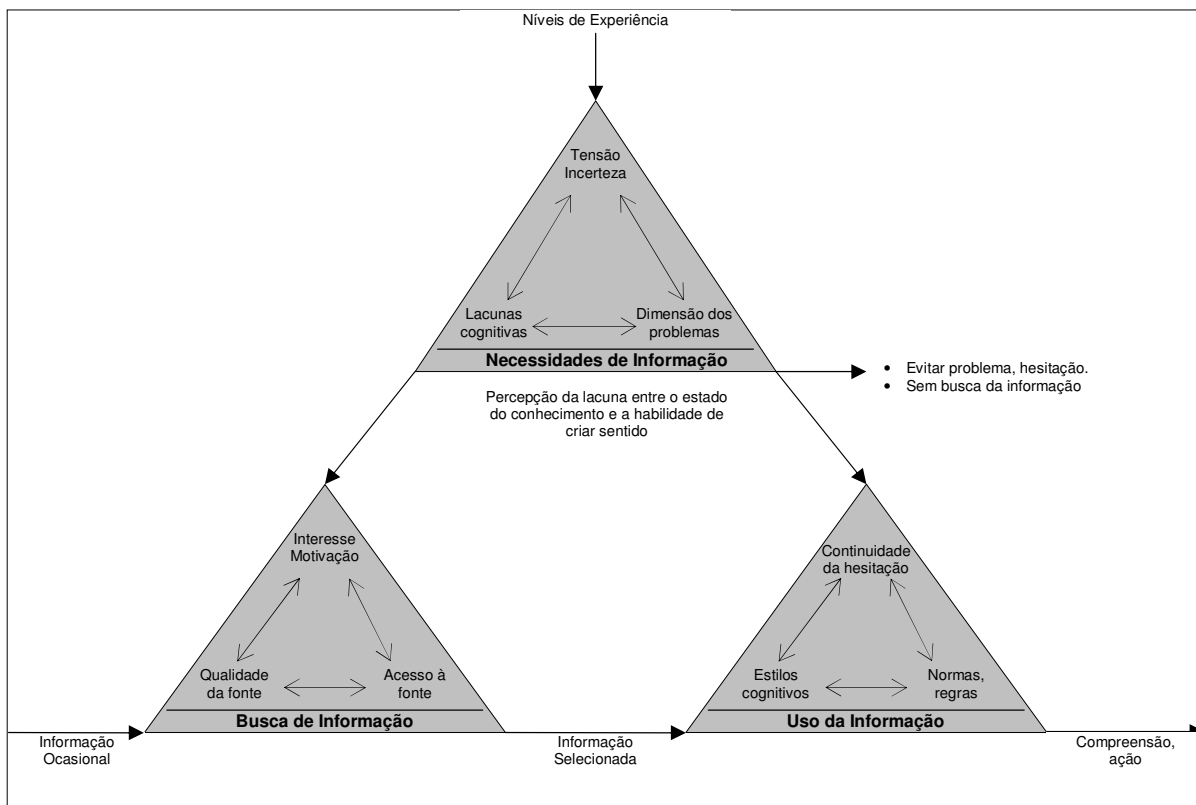
Nessa mesma linha, Schamber (1994) pesquisou a relevância na busca e no uso das fontes de informação pelos usuários, o que reforça as inferências dos autores Auster e Choo, levando a crer também que, para os indivíduos, é mais relevante a acessibilidade e a facilidade de se obter uma informação, ao invés da escolha pelas melhores e mais qualificadas fontes de informação. Ainda segundo Schamber (1994), dentro de uma “perspectiva do julgamento humano” são assumidos, através de graus de objetividade (ou subjetividade), percepções e conhecimento humano, variações situacionais, dinâmica ambiental, ou seja, dependente das “manifestações do comportamento cognitivo humano”. Extrai-se dessa afirmativa de Schamber que a escolha da melhor fonte de informação e seu uso é influenciada por características pessoais de aprendizagem dos indivíduos e pelas condições do ambiente onde estão inseridos.

O comportamento informacional, para Davenport (1998), se refere ao modo como os indivíduos lidam com a informação. Ele observa que, de forma geral, necessidades, buscas e usos da informação ainda são estruturalmente pouco relevantes para as organizações e merecem atenção especial para que o gerenciamento estratégico da informação possa surtir efeito com eficácia.

Mas não se pode perder de vista que o mesmo usuário que tem um comportamento informacional no seu dia-a-dia transfere esse aprendizado para dentro da organização, demonstrado por seu trabalho. Inclusive, alguns estudiosos como Savolainen (2005) estudam a vida diária dos usuários da informação fora do ambiente de trabalho e também a busca e o uso da informação na Internet.

Para fundamentar melhor a pesquisa é importante abordar o modelo teórico de busca e uso da informação proposto por Choo (2006). É uma estrutura teórica em que Dervin (1992), com suas inferências sobre necessidades cognitivas na busca e no uso da informação, e também Taylor (1996), em suas dimensões situacionais das necessidades e usos da informação, devem ser estudados. Estes pesquisadores trabalham a relação entre o ambiente organizacional e o comportamento informacional, em que necessidade, busca, processamentos e uso da informação são construídos pelos participantes.

Para Choo (2006), o comportamento diante da informação desse caso específico é orientado para o usuário que tem necessidades específicas. Para suprir as necessidades, ele faz buscas por essa informação, e a obtém por diferentes fontes, sejam formais e informais, conforme visto acima nos primeiros modelos de Wilson (1999). Ao selecionar a informação mais relevante, o uso dela vai depender do “contexto profissional, organizacional e social do usuário” (CHOO, 2003)



Fonte: Traduzido de Choo (2006)

Figura 4 - Comportamento informacional: O Modelo Integrativo de Choo

A Fig. 4 acima demonstra o fluxo integrado do comportamento informacional desenvolvido por Choo (2006), partindo de uma abordagem direcionada ao indivíduo que tem necessidade, faz buscas e uso da informação.

Conforme se visualiza na Fig. 4, os níveis de experiência são o ponto de partida do modelo. Eles se inserem na necessidade por informação que é a percepção de uma lacuna entre o estado do conhecimento de Belkin e a habilidade de criar sentido de Dervin. Para uma pessoa, ao ter necessidade por alguma informação, deve haver incertezas, lacunas que despertam para a dimensão do problema a ser solucionado.

Desse ponto em diante, há o comportamento de busca que suscita um interesse, uma motivação em torno da necessidade. A qualidade e o acesso à fonte de informação são fatores preponderantes para que se possa selecionar a mais condizente com os objetivos a serem alcançados pelo indivíduo e, conseqüentemente, pela organização.

Uma busca eficiente contribui para que a informação selecionada seja utilizada para solucionar problemas, executar uma tarefa ou tomar uma decisão, ou seja, o uso da informação é a transformação de uma necessidade em ação. Para que algum usuário da informação possa usá-la para algum objetivo é necessário, antes, uma compreensão da situação.

Em função do objetivo de se determinar o perfil dos alunos participantes de EJ, Hupfer e Detlor (2006) concordam, em sua pesquisa sobre a relação entre o gênero e a busca por informação na *web*. Os dados apresentados indicaram que os homens obtiveram mais freqüência, mas que não havia nenhuma influência e diferença em como buscavam a informação.

Pettigrew, Fidel e Bruce (2001), da Universidade de Washington, embasados pela literatura dos ARIST, revisaram três tipos de abordagens de estudos:

- *Cognitiva*: que enfoca principalmente o indivíduo e sua complexidade comportamental em relação à informação.
- *Social*: que trata dos contextos sociais ao redor do comportamento informacional.
- *Multifacetada*: que agrega múltiplos tipos de contextos como os cognitivos, os sociais e os organizacionais.

A construção de entendimentos sobre o comportamento dos indivíduos diante da informação se resume em algumas definições básicas: “informação pode ser alguma diferença percebida em seu ambiente ou com você mesmo” (CASE, 2002). Para ele, informação é algum aspecto que você observa no padrão da sua realidade. De forma sucinta, Case (2002) também define dois dos elementos que compõem o comportamento informacional:

- Necessidade de informação é o reconhecimento de que seu conhecimento está inadequado para satisfazer seus objetivos.
- Enquanto a busca por informação é um esforço consciente para obter informação em resposta à necessidade ou à lacuna existente em seu conhecimento.

Em suma, o comportamento informacional, para Case (2002), inclui a busca proposital por informação, o encontro de informações por acaso e a transmissão, compartilhamento e uso da informação.

Para complementar, Choo, Detlor & Turnbull (1999) desenvolveram um modelo de comportamento de busca de informação na *web*, que foi organizado conforme quadro abaixo, e irá dar suporte teórico sobre como os participantes de EJ buscam suas informações:



<b>Tipos de varredura</b>	<b>Necessidade de Informação</b>	<b>Busca por Informação</b>	<b>Uso da Informação</b>
<b>Visualização indireta</b>	Área de interesse geral; necessidade específica a ser revelada	"Varrendo" Varre largamente uma diversidade de fontes, levando vantagem aquelas que são facilmente acessíveis	"Navegando" Descoberta ao acaso
<b>Visualização condicionada</b>	Capaz de reconhecer tópicos de interesse	"Discriminando" Navega em fontes pré-selecionadas em tópicos de interesse pré-especificados	"Aprendendo" Aumenta o conhecimento nos tópicos de interesse
<b>Busca Informal</b>	Capaz de formular questões simples	"Satisfazendo" Busca focada na área ou tópico, mas uma busca boa o suficiente é satisfatória	"Selecionando" Aumento de conhecimento em área de limites reduzidos
<b>Busca Formal</b>	Capaz de especificar alvos em detalhe	"Otimizando" Busca sistemática por informação sobre uma entidade, seguindo algum método ou procedimento	"Recuperando" Uso formal da informação para tomada de decisão ou restrição

Fonte: Traduzido e adaptado de Choo, Detlor & Turnbull, 1999.

Quadro 2: Tipos de busca na web

O quadro 2 acima representa como é o comportamento informacional de usuários de internet em função dos tipos ou modos de varredura (*scanning*). Os modos de procura pela web se dão de quatro maneiras: pelas visualizações indiretas e condicionadas; pelas buscas informais e formais e que, nesse estudo em especial, se relacionam com o fluxo do comportamento informacional: necessidade, busca e uso da informação para construir um modelo com foco nos usuários de web de sete empresas de três diferentes setores pesquisados por Choo, Detlor & Turnbull (1999).

Em seguida, divididos em seções, há a revisão mais detalhada de cada fase do comportamento informacional para se aprofundar sobre o assunto em questão, que são a necessidade, a busca e o uso da informação e seus principais autores e

pesquisadores. Lembrando que para se construir o modelo integrativo, Choo (2006) se apoiou em vários deles de forma concisa e clara.

### **2.1.1. Necessidade da informação**

Desde Crawford (1978), em sua revisão de literatura em “Necessidades e Usos da Informação” no ARIST, havia dificuldades em definir, isolar e, especialmente, medir “necessidade de informação”. Para ela, o principal empecilho estava na ordem do processo cognitivo humano poder operar em diferentes níveis de consciência e, conseqüentemente, poder não haver clareza para os indivíduos que se questionam: “Qual é a minha necessidade informacional?”.

Para Dervin e Nilan (1986), algumas abordagens foram estudadas para se entender as necessidades informacionais que são:

- a) O valor para o usuário da informação;
- b) A produção de sentido (*sense making*);
- c) O estado anômalo do conhecimento (ASK).

Identificar as necessidades de informação dos indivíduos é um desafio para a composição do comportamento informacional. Acredita-se que as pessoas passam por vários níveis dentro do estado de necessidade informacional, conforme visto no modelo de Choo (2006). Entre eles estão:

- O stress pela incerteza;
- As lacunas cognitivas;
- As dimensões dos problemas.

Conquanto, cada um desses níveis advém de estudos anteriores de pesquisadores e estão relacionados a dimensões cognitivas, afetivas e situacionais, como vistas anteriormente na Fig. 4.

A incerteza cria um nível de stress chamado por Kuhlthau (1993) de estado de incerteza, que é a falta de informação e a falta de capacidade de criar sentido ou caminhar para frente em determinadas situações. Ela acredita que a incerteza causa sintomas afetivos como ansiedade, apreensão, confusão, frustração e falta de confiança.

Entende-se que os fatores cognitivos são considerados como importantes para se determinar uma necessidade, mas há também o envolvimento emocional ou afetivo e até mesmo as questões ambientais, ou seja, o local onde se situa a necessidade do usuário da informação (WILSON, 1999).

Para Taylor (1968) existem quatro níveis de necessidade apresentados pelos usuários de informação: *o visceral, o consciente, o formal e o comprometido*.

No *nível visceral*, o indivíduo tem uma vaga sensação de insatisfação, uma lacuna no conhecimento que não consegue expressar verbalmente. À medida que se encontra mais informação, a *necessidade visceral* pode crescer em importância e se transferir ao *nível consciente*, onde a pessoa desenvolve uma descrição mental imprecisa e despretensiosa ou uma narrativa, reflexo da ambigüidade que a pessoa experimenta em relação a esse nível. Para reduzir a ambigüidade, o indivíduo costuma consultar pessoas, amigos e/ ou colegas, quando o *nível consciente* passa ao *nível formalizado*. Nele, quem pergunta é capaz de construir uma descrição mais racional e qualificada sobre suas necessidades informacionais, que pode ser expressa através de um tópico ou uma pergunta mais direcionada. Para chegar ao *nível de comprometimento*, o indivíduo já interage com uma fonte de informação

disponível que pode suprir direta ou indiretamente suas necessidades informacionais.

O estado anômalo do conhecimento (ASK)<sup>8</sup> de Belkin (1980) é similar aos níveis visceral e consciente de Taylor (1968). Para os dois pesquisadores, o indivíduo é incapaz de expressar prontamente a sua necessidade informacional.

Em consonância com as lacunas cognitivas presentes nas pessoas, Dervin (1992) identificou algumas lacunas nas experiências informacionais das pessoas, são elas:

- *Decisão de interrupção*, quando a pessoa encara dois ou mais caminhos (desafios) pela frente;
- *Barreira de interrupção*, quando há uma estrada pela frente, mas o caminho está bloqueado, e;
- *Prolongamento de interrupções*, quando não há nenhuma alternativa a se seguir.

Miranda (2006) estuda a relação da necessidade de informação com as competências informacionais. Ela argumenta que as necessidades das pessoas não se satisfazem somente com o seu reconhecimento. Por exemplo: ter consciência plena de que necessito de uma informação para executar uma tarefa ou resolver problemas não faz com que eu, automaticamente, tenha competência para essas atividades. O que ela propõe é que os indivíduos necessitam desenvolver competências para relacionar às suas necessidades, senão eles não teriam como reconhecê-las.

---

<sup>8</sup> Do inglês: "Anomalous States of Knowledge".

Ao reconhecer uma necessidade, geralmente os indivíduos vão à busca do preenchimento das suas lacunas cognitivas. Para tal, fontes de informação adequadas às suas necessidades são fundamentais para uma busca estruturada e eficiente.

### 2.1.2. Busca da Informação

Para mudar o seu estado de conhecimento e “preencher” as lacunas cognitivas, o indivíduo parte em busca da informação. O modelo apresentado por Ellis (1989) e Ellis *et al* (1993), é também apresentado no artigo de Wilson (1999), “*Models in Information Behavior Research*” e, através do estudo com cientistas sociais, médicos pesquisadores e químicos aponta padrões de comportamento em que a busca é determinada por oito características: *iniciação*, *encadeamento*, *procura (browsing)*, *diferenciação*, *monitoramento*, *extração*, *verificação* e *finalização*.

A *iniciação* é marcada por atividades características iniciais da busca por informação. *Encadeamento* é uma seqüência ou cadeias de referenciais que se conectam entre si. *Browsing* ou *procura* é uma busca semi-direcionada em um local de possível interesse, sem compromisso. Já na *diferenciação* há uma consciência das diferenças de natureza e qualidade do material pesquisado nas diferentes fontes de informação. O *monitoramento* serve de manutenção da qualidade do desenvolvimento em um campo através do acompanhamento das fontes de informação. Na *extração*, retira-se o que é material de interesse para algum trabalho específico. Enquanto que na *verificação* são as atividades associadas à checagem

da precisão da informação. E, por último, a finalização, que é tratada como as atividades características de busca de informação no final de algum projeto, preparando para executar alguma tarefa ou em busca de algum objetivo.

A busca por determinada informação é dependente também da qualidade da fonte de informação que irá determinar o padrão de busca e a facilidade de acessá-la. Wilson (2000) apresenta o conceito de comportamento de busca como sendo aquele com conseqüências para satisfazer a uma necessidade ou atingir um objetivo previamente planejado.

Para o autor supracitado, há dois conceitos que devem ser entendidos, pois eles são sutis e se complementam dentro do comportamento de busca da informação. São eles: *information seeking behavior* e *information searching behavior*. Sua tradução para o português seria quase que sinônimo, portanto viu-se a necessidade de não traduzir, mas explicar o seu significado.

Wilson (2000) propõe que *information seeking behavior*

[...] seja a busca intencional pela informação como conseqüência de uma necessidade de cumprir um objetivo. Ao longo da busca, o individuo pode interagir com os sistemas de informação manual (como um jornal impresso ou uma biblioteca), ou com sistemas computacionais (como a World Wide Web). (WILSON, 2000, p.49, tradução nossa)

Complementando o conceito de comportamento de busca informacional, esse autor define *information searching behavior*

[...] como o micro-nível do comportamento empregado pelo pesquisador em interação com todos os tipos de sistemas de informação. Consiste de todas as interações com o sistema, se ao nível da interação homem-computador (por exemplo, uso do mouse e cliques nos links) ou ao nível intelectual (por exemplo, ao

adotar a estratégia booleana de busca ou ao determinar o critério de escolha de quais dos dois livros selecionados de lugares adjacentes na prateleira numa biblioteca é mais útil), que também envolverá atividades mentais como julgar a relevância de dados ou informações recuperadas. (WILSON, 2000, p.49, tradução nossa)

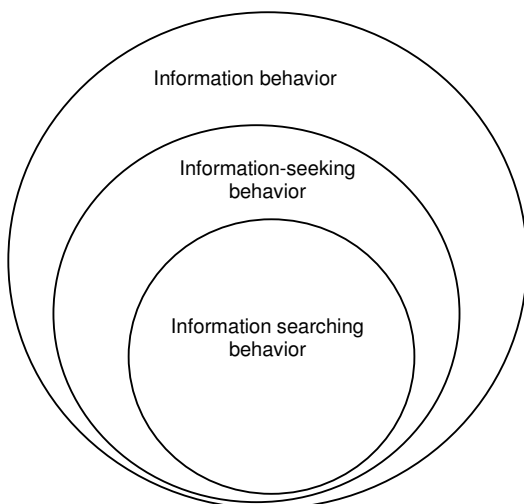
Segundo o *Online Etymology Dictionary*<sup>9</sup> (HARPER, 2001), a palavra *search* vem do latim *circare*, pela palavra em francês antigo *cerchier*. A origem da palavra *seek*, entretanto, consultada no *The Free Dictionary by Farlex*<sup>10</sup> (2008), é proveniente do Inglês Médio (*Middle English*) *sechen*, *seken*, vindo do Inglês Antigo *secan*.

As duas palavras são sinônimas, mas apresentam variações sutis em seus significados e que influenciaram a decisão de Wilson (2000), nas citações acima, por separar o *searching behavior* do *seeking behavior*. O comportamento informacional de *seeking* é a tentativa de se obter a informação ou a procura por informação, já o comportamento informacional de *searching* está mais próximo do ato de examinar, investigar alguma informação perdida; é a atividade de explorar a informação mais de perto, utilizando os sistemas computacionais, conforme observado por Wilson (2000). A Fig. 5 abaixo representa visualmente os conceitos.

---

<sup>9</sup> <http://www.etymonline.com>

<sup>10</sup> <http://www.thefreedictionary.com>



Fonte: Traduzido de Wilson (1999)

Figura 5: Áreas conceituais

O modelo do processo de busca da informação foi estudado e discutido por Kuhlthau (1991) na perspectiva do usuário. Os estágios apresentados e discutidos pela pesquisadora em seu modelo são: Iniciação, Seleção, Exploração, Formulação, Coleção e Apresentação. Esse modelo, segundo Wilson (1999), é um complemento dos estudos de Ellis.

A Iniciação é uma fase do processo que pode ser caracterizada como de sentimentos de incerteza, com pensamentos gerais sobre os problemas a serem resolvidos.

A Seleção é um estágio de reconhecimento da tarefa a ser desempenhada mais a bagagem informacional e, portanto, a consciência da necessidade informacional. É uma fase de otimismo.

Na fase da Exploração os sentimentos de incerteza, confusão e dúvida perduram, mas há estratégias e ações que podem fazer com que melhore os



sentimentos anteriores como, por exemplo, listar os fatos pertinentes e refletir sobre algumas idéias.

A Formulação é a fase da clareza e enfoca em um tópico específico da tarefa a ser solucionada. Há uma mudança nos sentimentos com aumento da segurança e maior senso de clareza.

Na Coleção há um levantamento da informação relevante, baseada no foco de pesquisa. É um estágio no processo em que a interação entre o usuário e o sistema de informação funciona mais efetivamente.

A Apresentação é caracterizada como a fase do senso de satisfação, se a busca foi bem, ou de desapontamento, se não houve sucesso no processo de busca em torno de um objetivo determinado.

Após o devido reconhecimento da ausência de informação, a busca pela informação é definida, segundo Case (2002), estritamente em termos do comportamento ativo e intencional, que limita sua aplicabilidade na dimensão extensa de pesquisa, que atualmente é conduzida pelo uso da informação dos indivíduos.

### **2.1.3. Uso da Informação**

Na seqüência do comportamento informacional, o uso da informação é, segundo Choo (2006), o conjunto entre seleção e processamento da informação. Ele se configura como uma visível mudança no estado do conhecimento e, conseqüentemente, na capacidade de o indivíduo utilizar a informação para executar

alguma ação efetiva, “responder a uma pergunta, resolver algum problema, tomar uma decisão ou entender uma situação” (CHOO, 2003, p. 107).

Para entender melhor o uso da informação pelos indivíduos, Taylor (1991) propõe oito categorias baseadas na relevância que os seres dão à informação. São elas: *o esclarecimento, a compreensão do problema, a parte instrumental, a questão factual, a confirmação, a projeção de um acontecimento, a motivação e as questões pessoais e políticas*. Taylor (1991) aponta que os trabalhos de Dervin e Nilan (1986) e colegas foram importantes referências para esta categorização.

Todas as categorias apresentadas se sobrepõem e uma não exclui a outra. Ao contrário, elas se complementam e precisam umas das outras para caracterizar a importância identificada pelos indivíduos ao usar a informação. Sem esquecer que o contexto ou ambiente onde a informação é utilizada pode afetar o resultado do comportamento informacional como um todo, assim como a variedade de fontes de informação e os tipos diferentes de usuários.

No esclarecimento, a informação é usada para desenvolver um contexto adequado ou para criar sentido a uma situação. A informação é trabalhada para responder questões sobre a organização. Há situações similares? Quais são elas?

Para o entendimento do problema, a informação é usada em um caminho mais específico do que na categoria anterior. Ela é usada para desenvolver uma melhor compreensão de um problema particular. Dervin chama de capacidade de decidir, preparar e planejar.

Na parte instrumental, descobre-se o que fazer e como fazer alguma coisa. As instruções são uma forma comum de informação instrumental. Para Dervin, é o desenvolvimento de habilidades para ler e interpretar as instruções.

Na questão factual, a informação é usada para determinar os fatos de um fenômeno ou evento, para descrever a realidade. O uso da informação factual depende de dois fatores: a) a qualidade e atualidade da informação (o quão ela representa fielmente a realidade); e, relacionada com o fator acima, b) a percepção da qualidade por parte do usuário.

A necessidade de confirmar um trecho ou pedaço da informação é um tipo de uso chamado por Taylor de confirmação. Ela envolve a busca por uma segunda opinião. Se essa nova opinião não se confirmar, então o indivíduo pode reformular o problema para tentar reinterpretar a informação ou escolher outra fonte para confiar. É uma atitude comumente verificada em gerentes.

O uso projetivo da informação serve para verificar o que irá acontecer no futuro. Utilizada tipicamente para estimativas, probabilidades e previsões, não para situações pessoais, mas em termos mais gerais e amplos.

A categoria motivacional usa a informação para manter as pessoas em uma atividade contínua através do envolvimento interpessoal em torno de um objetivo.

E, por último, a informação usada para fins pessoais e políticos melhora o envolvimento e o desenvolvimento de relacionamentos e aumenta seu *status* e sua reputação diante de situações diárias e/ou do trabalho.

O uso adequado da informação é dependente da qualidade e da relevância das fontes de informação, identificadas pelos usuários da informação. O uso da informação encontrada “depende também de como o indivíduo avalia a relevância cognitiva e emocional da informação recebida e atributos objetivos capazes de determinar a pertinência da informação a uma determinada situação problemática” (CHOO, 2003)

As seções a seguir tratam dos diferentes tipos e categorias de fontes de informação apresentadas por pesquisadores da área.

## **2.2. Fontes de Informação**

O comportamento informacional está relacionado à forma como os usuários da informação acessam as diversas fontes de informação. Para suprir as necessidades informacionais nas organizações, os indivíduos buscam-nas em fontes diferentes que podem servir para criar sentido, executar uma tarefa, fazer uma escolha ou tomar uma decisão.

Alguns autores como Auster e Choo (1993, 1994), Burke (1996), Norman (1997), Barbosa (2002) e Pereira (2006) investigam as fontes de informação nas organizações com o objetivo de entender melhor as necessidades e usos e empregar recursos mais adequados para aperfeiçoar os resultados e desenvolver pesquisas mais direcionadas ao foco da empresa. Os usuários sejam gerentes ou consultores, juniores ou seniores, indicam para comportamentos informacionais que podem ser determinados através de sua busca e do seu uso em diferentes fontes de informação.

Segundo Auster e Choo (1993), as fontes de informação nas organizações podem ser externas ou internas, pessoais ou impessoais. Elas se dividem em quatro categorias: pessoais externas, pessoais internas, impessoais externas e impessoais internas.

Em um estudo sobre as “fontes de informação sobre o ambiente organizacional externo”, Barbosa (2002) organizou 17 fontes de informação

baseadas nessas quatro categorias citadas e analisou-as, junto a 91 estudantes de pós-graduação que atuam em diversas empresas de vários portes, em função de seu grau de relevância, frequência e confiabilidade. Os dados indicaram que as fontes documentais externas (jornais, revistas, rádio e televisão) são mais freqüentemente acessadas, entretanto, essas fontes foram consideradas pouco confiáveis. Já as publicações governamentais foram consideradas muito confiáveis, embora pouco usadas e pouco relevantes. As outras fontes externas (associações empresariais, congressos, feiras e viagens) apresentaram pouca utilização, relevância e confiabilidade. A fonte pessoal interna mais utilizada foram os colegas do mesmo nível hierárquico. Os superiores em hierarquia são considerados fontes de grande confiabilidade. As fontes pessoais externas (clientes, concorrentes, parceiros e associados) foram pouco acessadas. Os dados encontrados revelaram que as fontes pessoais de informação são insubstituíveis, mesmo com o grande aumento de acesso às fontes eletrônicas de informação.

O Quadro 3 seguinte resume melhor as fontes de informação organizacionais (AUSTER & CHOO, 1994).

	<b>PESSOAIS</b>	<b>IMPESSOAIS</b>
<b>EXTERNAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientes</li> <li>- Concorrentes</li> <li>- Contatos comerciais/ profissionais</li> <li>- Funcionários de órgãos governamentais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornais, periódicos</li> <li>- Publicações governamentais</li> <li>- Rádio, televisão</li> <li>- Associações comerciais e industriais</li> <li>- Conferências, viagens</li> </ul>
<b>INTERNAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Superiores e subordinados hierárquicos</li> <li>- Equipe de funcionários</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memorandos e circulares internos</li> <li>- Relatórios e estudos internos</li> <li>- Biblioteca da organização</li> <li>- Serviços de informação eletrônica</li> </ul>

Fonte: Adaptado de AUSTER & CHOO, 1994.

Quadro 3 - Fontes de Informação Organizacional

É importante atentar para o fato de que, na época, as fontes de informação, utilizando-se como suporte a internet, eram pouco ou nada utilizadas.

Auster e Choo (1994) classificaram as fontes informacionais em pessoais e externas, impessoais e externas, pessoais e internas e impessoais e internas.

Em um trabalho recente, Barbosa (2006) investigou o uso de fontes de informação em empresas de pequeno e grande porte e sua importância como recursos para a inteligência competitiva. A metodologia utilizada se assemelhava às empregadas por Auster & Choo (1994) e Barbosa (2002), em que se analisou e avaliou a frequência, a relevância e a confiabilidade das fontes de informação. Critérios utilizados na presente pesquisa com os alunos participantes de EJ.

Outro estudo, de Bastos e Barbosa (2005), analisou 92 executivos de empresas de tecnologia da informação. Os resultados indicaram um predomínio do uso de fontes externas para se obter informações do ambiente externo, tendo sido consideradas mais relevantes e confiáveis, e sendo as que foram utilizadas com maior frequência.

Para Burke (1996) há três tipos de fontes de informação a serem consideradas para empresas prestadoras de serviços: fontes interpessoais, publicações oficiais da empresa e fontes informais. Em seu estudo, ele avalia as fontes apresentadas, a quantidade de informação recebida dessas fontes, quais são as preferidas e o valor de cada uma delas para o desempenho no trabalho. Ele identificou, em seu trabalho, que as fontes interpessoais e informais são preferencialmente mais acessadas em relação às oficiais.

Em outro estudo, Burke (2001) investigou a relação do gênero com as fontes de informação. Tendo identificado que as fontes preferidas das mulheres são as

provenientes das relações interpessoais e elas são as que mais recebem informações dos três grandes tipos identificados por Burke (1996).

Segundo Norman (1997), as fontes de informação eletrônicas cresceram significativamente em acesso nas bibliotecas. Ele lista abaixo os principais tipos de fontes eletrônicas nas bibliotecas: “CD-ROM, publicações na internet, banco de dados *online*, fitas magnéticas e vários outros caminhos de entrada disponíveis.”

Sua produção e seu uso estão sendo largamente empregados em outros ambientes, sendo que as publicações na internet aumentam em grande escala desde o estudo de Norman (1997). São fontes que podem ser consideradas como provenientes dela: World Wide Web (WWW), Gopher<sup>11</sup>, telnet<sup>12</sup>, file transfer protocol (FTP)<sup>13</sup> e e-mail. Ainda são fontes de informação na internet: grupos de discussão, jornais e *newsletters online*, *e-books* (NORMAN, 1997). Muito se evoluiu depois dos estudos de Norman, conforme se observa a seguir.

Para Pereira (2006), as fontes podem ser classificadas utilizando-se de três critérios, conforme mostra o gráfico abaixo. Nele observa-se que, além do que foi proposto por Auster e Choo (1994) e Barbosa (2002), com suas variáveis pessoais e impessoais, internas e externas, há mais uma variável componente que são os tipos de fontes eletrônicas e não-eletrônicas. A Fig. 4 representa os tipos de fontes de informação usadas por consultores de empresas, investigados pelo pesquisador. As

---

<sup>11</sup> **Gopher** é um protocolo de redes de computadores que foi desenhado para indexar repositórios, atuando assim como um mecanismo de busca, de documentos na Internet. Foi especificado em 1991 por Paul Lindner e Mark McCahill da Universidade de Minnesota. (Fonte: Wikipedia)

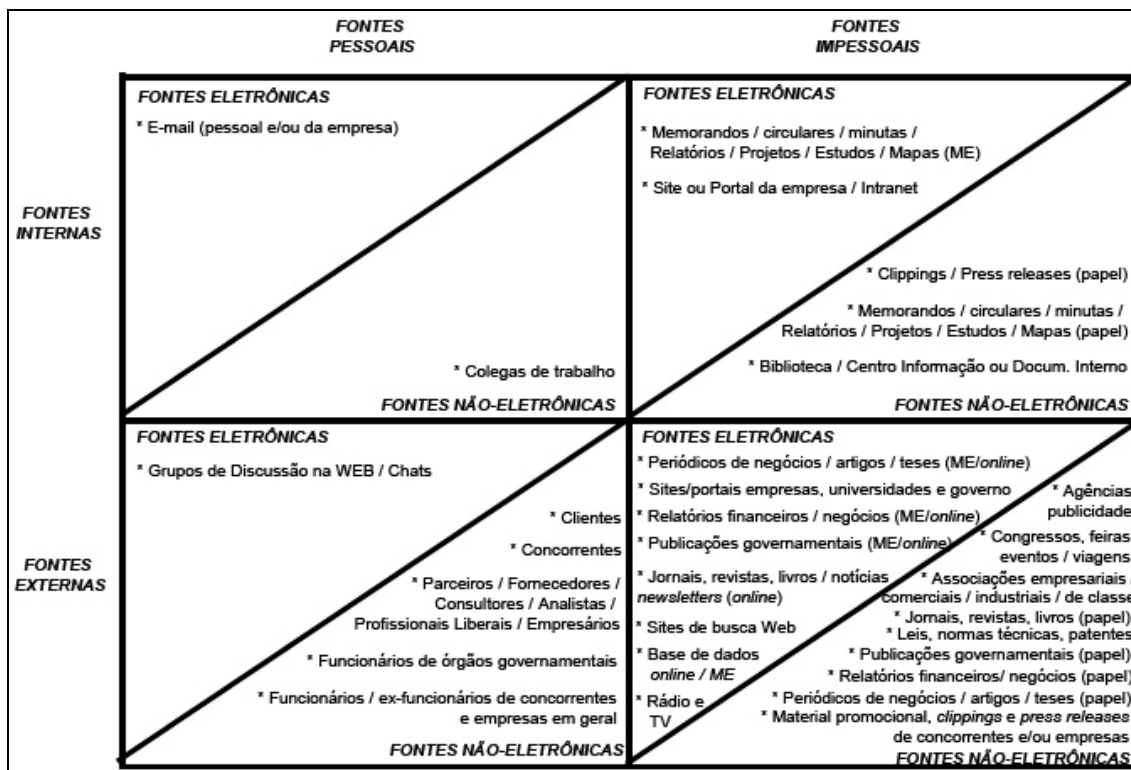
<sup>12</sup> **Telnet** é um protocolo cliente-servidor de comunicações usado para permitir a comunicação entre computadores ligados numa rede (exemplos: rede local / LAN, Internet). Telnet é um protocolo de login remoto. (Fonte: Wikipedia)

<sup>13</sup> **FTP** significa *File Transfer Protocol* (Protocolo de Transferência de Arquivos), e é uma forma bastante rápida e versátil de transferir arquivos (também conhecidos como ficheiros), sendo uma das mais usadas na internet.

fontes escolhidas foram categorizadas segundo três critérios, e cada um deles possuía uma variável oposta entre si:

- Com relação à origem (com relação à empresa ou negócio de consultoria): fontes *internas* ou *externas*;
- Com relação ao relacionamento / proximidade: fontes *pessoais* ou *impessoais* (sendo fonte pessoal a que proporciona troca de informações entre o consultor e outra pessoa, e fonte impessoal aquela utilizada pelo consultor para a busca de informações relevantes, podendo ser esta fonte, na maioria das vezes, de caráter documental ou formal), e;
- Com relação à mídia: fontes *eletrônicas* (informações obtidas através da Internet, de mídia eletrônica, CD-ROMs ou disquetes, bases de dados *on-line*, etc.) e *não-eletrônicas* (informações em papel). (PEREIRA, p. 79-80, 2006)





Fonte: Pereira, 2006

Figura 6: Fontes de informação utilizadas por consultores empresariais

Para a pesquisa de Pereira (2006) foram identificadas e analisadas 30 fontes de informação mais utilizadas por consultores empresariais em suas atividades profissionais. Os resultados apontaram para um maior uso das fontes eletrônicas, mas as fontes pessoais foram consideradas as mais relevantes e confiáveis. Para os consultores investigados, as fontes são utilizadas prioritariamente para tomada de decisões em seu ambiente de trabalho. Pereira e Barbosa (2007) destacam com relação ao comportamento de busca dos consultores que

O email (pessoal e/ou da empresa), os sites de busca na Web e os jornais, revistas, livros e notícias (on-line) são as fontes de maior frequência de busca (todas fontes eletrônicas). Entretanto, o e-mail, os clientes e colegas de trabalho são as fontes mais relevantes e umas das mais confiáveis para os consultores, demonstrando que estes confiam mais nas fontes pessoais (derivadas das suas redes de relacionamento) do que nas fontes impessoais. Estes dados merecem atenção em estudos qualitativos e

exploratórios, visto que as fontes de informação eletrônicas aparecem nos primeiros lugares com relação à frequência de busca, mas com relação ao grau de confiabilidade, as mais confiáveis são as fontes não-eletrônicas. (PEREIRA e BARBOSA, p. 107-108, 2007)

Essas fontes ainda apresentam graus de confiabilidade baixos comparadas às fontes denominadas não-eletrônicas, sugerindo estudos com aprofundamento qualitativo mais criterioso para tentar explicar as causas desses resultados de caráter quantitativo (PEREIRA, 2006). Como iniciativa dessa proposta, alguns autores já desenvolvem pesquisas sobre o assunto, mais especificamente com fontes de informação na internet..

### **2.2.1. Fontes de informação na internet**

Com o grande aumento de acesso à internet, os usuários da informação estão utilizando-a como uma das principais fontes para adquirir informação. Para Tomaél *et al* (2001) ela é o “resultado da convergência das tecnologias da computação e da comunicação; a Internet representa uma verdadeira revolução nos métodos de geração, armazenagem, processamento e transmissão da informação.”

A internet, como fonte de informação, pode ser dividida em vários setores, ou seja, há muitas formas de se ter acesso à informação pela grande rede, sendo elas: listas de discussão, correio eletrônico (*e-mail*), informativos via correio eletrônico (*newsletter*), informativos comerciais via correio eletrônico (*e-mail marketing*), salas de bate-papo virtual (*chat*), mensageiros instantâneos (*instant messengers*), sítios de busca ou ferramentas de busca, intranets, extranets e os próprios sítios (*sites*) disponíveis na web.

Não se pode negar que a internet ocupa um espaço importante nos processos informacionais e, atualmente, é um fator determinante no comportamento informacional do indivíduo em termos de necessidade, busca e uso da informação. Situação comprovada por estudos como o de Choo, Detlor & Turnbull (1999), visto que eles pesquisam os comportamentos de busca baseados na web por trinta e quatro diferentes tipos de usuários de sete empresas de três setores diferentes.

Pesquisa semelhante foi desenvolvida por Ray & Day (1998), em que foi estudado o comportamento informacional de 317 estudantes universitários em três universidades. O que se buscou foi entender o crescimento do uso das fontes eletrônicas pelos acadêmicos. Questionários foram aplicados para se determinar nível de uso de várias fontes de informação; se as fontes eletrônicas contribuem ou não para sua carreira acadêmica; se eles se consideram capazes de usar essas fontes; se o padrão dos seus trabalhos é prejudicado na sua ausência, bem como os métodos por eles empregados para adquirir as habilidades necessárias para o seu uso efetivo.

Os resultados do estudo de Ray & Day indicaram que as fontes eletrônicas mais populares são a internet e os CD-ROMs. Os alunos responderam que as fontes eletrônicas são mais ágeis para acessar a informação. A maioria dos respondentes (60%) do estudo se considera capaz de adquirir informação relevante na Internet. Com base nesse estudo, acredita-se que os participantes de EJ também utilizem, de maneira expressiva, fontes eletrônicas, principalmente aquelas provenientes da Internet.

A seção 2.3. descreve como surgiu o movimento das EJ no Brasil e no mundo, e como é o seu funcionamento dentro das universidades e faculdades.

### 2.3. Empresas Juniores

O Movimento Empresa Júnior se iniciou na França, em 1967, na Escola Superior de Ciências Econômicas e Comerciais de Paris, com o intuito de fundar uma empresa ou associação civil, sem fins lucrativos, em que os estudantes de graduação regularmente matriculados em instituições de ensino superior poderiam participar.

No Brasil, o movimento começou em 1988, na Fundação Getúlio Vargas (FGV) e hoje já se estende por mais de 600 empresas juniores, sendo 150 somente em Minas Gerais, segundo a FEJEMG (Federação das Empresas Juniores do Estado de Minas Gerais).

Com a mobilização das federações estaduais, foi criada, em 2003, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores ou “Brasil Júnior”, que tem como objetivos organizar, representar e auxiliar no trabalho das 11 federações brasileiras já confederadas a ela.

Este tipo de associação tem como objetivo primário o aprendizado por meio da prática e exercício da profissão, prestando serviços para entidades e para a sociedade em geral, dependendo da área de atuação. A EJ é supervisionada, na maioria das vezes, por professores do curso de graduação ao qual estão vinculados.

O foco principal de trabalho das EJ são as micro e pequenas empresas (PME) que contratam seus serviços por não poderem investir em consultorias profissionais devido ao seu alto custo.

Há uma troca bastante rica entre as EJ e as PME, no sentido de servirem umas às outras, profissional e academicamente, na formação dos futuros

profissionais para o mercado de trabalho, e desenvolvendo serviços a custo mais vantajoso para as PME.

Comparativamente às atividades das EJ, no trabalho de Pereira (2006), alguns dados podem ser destinados às atividades de consultoria e dos consultores empresariais profissionais, investigadas em diversos setores, mas que podem indicar uma tendência também para os empresários juniores.

Em sua pesquisa, observa-se que

Mesmo sendo os consultores pesquisados profissionais autônomos ou pertencentes a MPE de consultoria, atendem empresas tanto de micro, pequeno (80,8%), médio (87,5%) e grande portes (77,9%), caracterizando a atividade de consultoria como uma prestação de serviços diferenciada, quando comparada a outras prestações de serviços. (PEREIRA, 2006, p. 96)

Essa diferenciação na prestação de serviços também é vista nas atividades das EJ, uma vez que várias delas também são fontes de inovação para o mercado. Algumas trabalham em setores onde o valor agregado está no desenvolvimento de novos produtos, novas fórmulas, etc., conforme Leão (1997) do Jornal da USP, instituição que, a título de exemplo, congrega onze empresas juniores em suas instalações.

Segundo Souza (2002), essas empresas:

[...] constituem um processo que capacita alunos universitários através de desenvolvimento de projetos para clientes do mercado e do gerenciamento de questões pertinentes a uma empresa de natureza real, proporcionando uma contribuição diferenciada e oferecendo melhor preparação para o universitário enfrentar as incertezas e necessidades do mercado de trabalho. (SOUZA, 2002, p. 100)

Seus participantes, ou propriamente os alunos, para comporem uma EJ, devem estar matriculados na universidade ou faculdade que cede o espaço para seu

funcionamento. Esses alunos podem ser considerados estagiários, consultores, membros do conselho ou até mesmo diretores da EJ, dependendo do Estatuto Social da empresa ou da sua relação com a Instituição de Ensino Superior da qual fazem parte.

Assim, como os estágios exigidos regularmente em alguns cursos de graduação para a formação profissional dos alunos, as EJ são formas efetivas de inseri-los no mercado profissional, além de despertar neles um interesse empreendedor que pode levá-los a investir na carreira, como proprietários do seu negócio.

Para ilustrar o presente estudo, apresenta-se o caso da formação da empresa júnior Qualitas, da FACAMP (Faculdades de Campinas). Ele foi relatado em um artigo de Graça e Pais (2003) que conta como foi instituída a EJ Qualitas, que tinha como objetivo, ou justificativa para a direção da instituição, a criação de um local onde os estudantes dos cursos de Administração e Economia pudessem suprir as lacunas entre a teoria da sala de aula e a prática do mercado de trabalho, além de trabalhar suas habilidades técnicas e interpessoais, através dos projetos desenvolvidos. Para dar continuidade ao processo de criação da Qualitas, foram definidos passos a serem realizados:

- Criar a estrutura organizacional;
- Elaborar o estatuto;
- Definir o plano de negócios;
- Apresentar a empresa ao corpo discente;
- Selecionar os consultores;
- Registrar a EJ.

No caso da Qualitas, Graça e Pais (2003) relataram que os alunos fizeram uma pesquisa e trabalharam com os modelos de EJ anteriormente criadas em outras universidades ou faculdades. Os alunos observaram que, em algumas EJ, havia diferenças nas suas estruturas organizacionais. Isso fica evidente quando esses autores afirmam:

Durante o processo de *benchmarking* pôde-se observar que algumas empresas juniores, principalmente as empresas direcionadas às áreas de marketing e publicidade, utilizavam, por exemplo, uma departamentalização matricial enquanto outras, voltadas basicamente à atividade de consultoria empresarial, utilizavam uma departamentalização funcional ou por projetos. Além disso, foi possível observar o desenvolvimento dos projetos, ou seja, o processo de análise de viabilidade, precificação, realização das etapas e finalização. (GRAÇA; PAIS, 2003, p.6)

Entende-se que esses passos são relativamente comuns em todos os tipos de EJ brasileiras, com pequenas modificações de acordo com as características do curso de que fazem parte.

Para agregar um melhor entendimento à fundamentação teórica, abaixo segue o modelo de análise que serve de norteador do presente estudo, trazendo uma visão geral do que será apresentado nos capítulos subseqüentes, ao relacionar o que foi fundamentado pela teoria existente no campo de estudo investigado.

#### **2.4. Modelo de Análise**

O modelo de análise utilizado no presente estudo pelo autor, para o objeto de estudo representado pelos alunos participantes de EJ no Brasil, tem como suporte os modelos teóricos apresentados por Wilson (1981, 1994, 1999, 2000), Taylor (1991), Kuhlthau (1988, 1991), Dervin (1983, 1986, 1992) e Belkin (1980). Todos

esses pesquisadores compõem o modelo integrativo de Choo (2006) para tratar do comportamento informacional em que o usuário da informação tem uma necessidade prévia para buscar a informação e, posteriormente, usá-la para uma atividade ou tarefa, ou mesmo construir significados, tomar decisões, aprender e/ou criar um novo conhecimento.

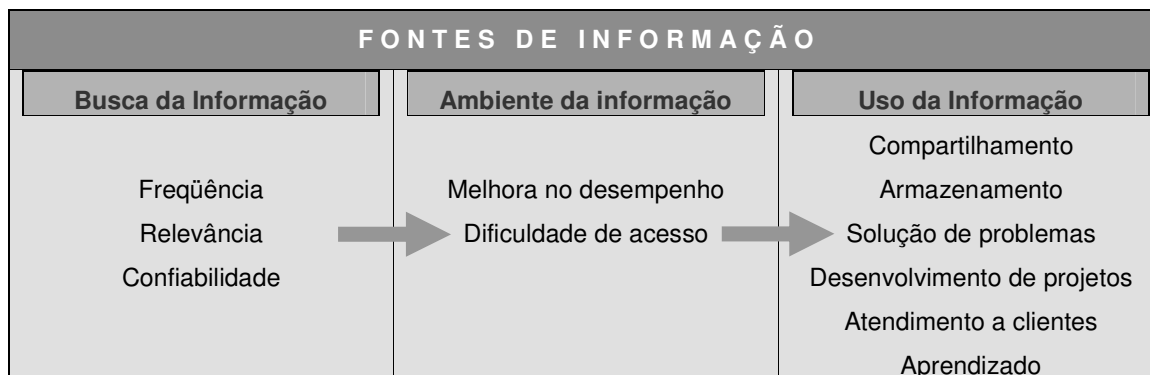
No presente estudo, o foco encontra-se na busca e no uso da informação por parte dos alunos participantes de EJ, visto que, conforme explica Wilson (2005), a necessidade é um estado mental interno e difícil de ser observado.

O Modelo Integrativo de Choo (2006), representado visualmente pela Fig. 4 acima, estabelece uma relação com os critérios de frequência, relevância e confiabilidade ao se buscar pela informação nas fontes de informação selecionadas. Os critérios indicam o tipo de ambiente propício para a melhora do desempenho ou o nível de dificuldade de acesso à informação dentro da EJ.

Por conseguinte, a busca pelas fontes de informação e o contexto na EJ apontam para o uso das fontes de informação para compartilhamento, armazenamento, solução de problemas, desenvolvimento de projetos, atendimento a clientes e aprendizado.

Com base nos estudos apresentados na fundamentação teórica deste capítulo, na Fig. 7, logo abaixo, se visualiza o modelo de análise proposto para o desenvolvimento do presente estudo.





Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Figura 7: Modelo de Análise

O modelo acima representa o processo de busca da informação, com base nos critérios de freqüência de acesso, relevância e confiabilidade com relação às fontes de informação selecionadas. Também se investigou o ambiente da informação, o qual pode contribuir para a melhoria no desempenho dos alunos participantes ou na dificuldade de acesso a essas fontes de informação. A partir destes pré-requisitos informacionais pode-se indicar o uso da informação para alguns objetivos a serem investigados como o compartilhamento, o armazenamento, a solução de problemas, o desenvolvimento de projetos, o atendimento a clientes e/ou o aprendizado.

Os critérios de freqüência, relevância e confiabilidade são pontos a serem discutidos. A freqüência de busca e de uso por fontes de informação podem determinar o número de vezes que uma fonte foi acessada o que, por sua vez, pode indicar a sua importância para o usuários da informação e conseqüentemente sua confiabilidade. As informações obtidas pelas fontes de informação, de acordo com o modelo de análise acima apresentado, podem ser investigadas através da sua relevância e confiabilidade. Conforme Auster e Choo (1994), uma informação é considerada relevante quando necessária e útil para o alcance de objetivos e metas

de uma organização e pode ser confiável quando proveniente de uma fonte idônea e, por esse motivo, pode ser utilizada como base para se tomar decisões.

Para Case (2002) relevância é um conceito que se estende bem além do simples procurar, navegar ou buscar a informação. Para esse autor, a relevância é um julgamento humano em face de um problema apresentado, ou seja, uma crítica baseada nos aspectos cognitivos e contextuais dos usuários da informação para classificar as fontes de informação.

O modelo acima, criado por este autor, é específico para os alunos participantes de EJ e seus comportamentos informacionais, podendo ser utilizado como base para o desenvolvimento de outros modelos similares ou no aprofundamento de outros estudos com caráter qualitativo.

A seguir é apresentado o capítulo de procedimentos metodológicos adotados para o presente trabalho, seguido dos capítulos com as análises, conclusões e considerações finais. A pesquisa foi organizada metodologicamente conforme se vê abaixo e verifica-se que ela indicou resultados interessantes, tanto para a formação e perfil dos participantes, quanto para o mapeamento e análise de comportamentos informacionais em contextos específicos.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com base nos objetivos desta dissertação, neste capítulo apresentam-se os métodos adequados para se conhecer uma realidade específica e técnicas necessárias para a sua realização e operacionalização. Destaca-se, aqui, o tipo de pesquisa, as unidades de análise e de observação, a delimitação da amostra a ser investigada, a elaboração do instrumento de coleta de dados e, finalmente, os procedimentos para análise dos dados levantados.

#### 3.1. Tipo de pesquisa

Levando-se em consideração as diferentes formas metodológicas existentes na literatura, classifica-se esta pesquisa como de natureza exploratória e descritiva, envolvendo os alunos participantes de EJ do Brasil e seu comportamento informacional.

Os estudos exploratórios são adequados para pesquisas que querem conhecer e saber mais sobre determinado assunto, ou seja, esclarecer certos aspectos do fenômeno estudado, conforme Quivy e Campenhoudt (1992).

Os estudos exploratórios são realizados a partir de dados secundários (já disponíveis); conversas informais com pessoas especializadas no assunto de interesse e estudos de casos selecionados, em que se incluem também pesquisas já realizadas. (SAMARA; BARROS, 2002, p.29)

Para Mattar (1996) a pesquisa exploratória visa elucidar sobre o tema ou problema de pesquisa. É adequada nos primeiros estágios da pesquisa, quando o

pesquisador ainda está pouco familiarizado com o fenômeno a ser estudado. Para o estudo em questão, foi utilizado o método de pesquisa exploratória denominada observação informal, pois o pesquisador queria obter maiores informações sobre o objeto a ser estudado.

Já os estudos descritivos são conduzidos para responder às perguntas quem, o quê, onde e como. A pesquisa descritiva pressupõe que já se sabe ou se compreende as relações básicas da área do problema, conforme McDaniel & Gates (2003). A pesquisa de caráter descritivo do presente estudo foi empregada com o propósito de se descrever o perfil do aluno participante de EJ e também de “estimar a proporção de elementos numa população específica que tenham determinadas características ou comportamentos”. (MATTAR, p. 24, 1996).

Como procedimento técnico da pesquisa, foi feito um levantamento de dados (*survey*), mais especificamente um levantamento por meio da internet (*websurvey*), com o intuito de garantir um índice adequado de retorno dos questionários. A utilização de um programa, cujo acesso é pela internet, contribui para a agilidade do processo, tanto para o pesquisador quanto para os respondentes. Segundo Couper, Traugott e Lamias (2001), os *websurvey* estão se proliferando rapidamente e facilitam a coleta de dados para qualquer pesquisa exploratória.

### **3.2. Amostra**

A pesquisa sobre o estudo do comportamento informacional dos alunos participantes das EJ do Brasil se propõe utilizando-se da Confederação Brasileira das Empresas Juniores - Brasil Júnior como parceira, distribuidora e incentivadora,

para que os questionários sejam respondidos pelos participantes das EJ filiadas. Sabe-se que a Brasil Júnior tem filiadas 140 EJ, que compõem a sua Assembléia Geral, distribuídas por 12 Federações Estaduais. O número de alunos participantes por EJ é variável, mas estima-se um número médio de 25 alunos, perfazendo um universo de aproximadamente 3.500 indivíduos.

Levando-se em conta que foram enviados 460 e-mails-convites para os alunos participantes, o retorno foi positivo, pois se trabalhou com uma amostragem estratificada desses possíveis respondentes, conseguindo-se um número de 270 questionários respondidos.

### **3.3. Unidade de análise e de observação**

A unidade básica de análise são as EJ no Brasil, mais especificamente aquelas que compõem a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior), distribuídas em Federações do Distrito Federal (Concentro), do Maranhão (FEJEMA), do Ceará (FEJECE), da Paraíba (PB Júnior), de Pernambuco (FEJEPE), da Bahia (UNIJr – BA), de Tocantins (FETEJ), de Minas Gerais (FEJEMG), do Rio de Janeiro (Rio Júnior), de São Paulo (FEJESP), do Paraná (FEJEPAR) e de Santa Catarina (FEJESC), conforme documento em *Anexo 1*.

A unidade de observação desse estudo é o aluno participante das EJ, filiadas ou não à Brasil Júnior, devido ao auxílio que a confederação em questão proporciona, no sentido de avalizar a pesquisa e incentivar os respondentes do questionário. O e-mail-convite foi enviado via Brasil Júnior para todos os e-mails cadastrados por eles. Houve um primeiro encaminhamento pela Brasil Júnior e

acreditava-se que fosse uma tentativa de mobilizar os potenciais respondentes com relação à importância de se responder ao questionário.

Em função do baixo retorno inicial por parte dos potenciais respondentes, em contato por telefone com a Brasil Júnior e com a FEJEMG, o pesquisador dividiu os envios para aperfeiçoar e organizar melhor o retorno dos respondentes. Em uma primeira pesquisa no Google com o verbete “empresa júnior”, foram coletados alguns *websites* de EJ que estavam entre os primeiros lugares dentre as ocorrências apresentadas pela ferramenta de busca. Em um segundo momento, necessitou-se de maior aprofundamento da busca para garantir um número maior de contatos nos *websites* das EJ presentes na web.

Em seguida, o pesquisador enviou pelo sistema de gestão de levantamento de dados *Makesurvey*, em seu *mailing list*, três blocos de endereços de e-mail. O primeiro bloco continha 116 endereços, o segundo 226 e o terceiro constava com 118 endereços, totalizando 460 e-mails pessoais e de contato das EJ coletados.

Abaixo, na Fig. 8, é apresentado o esquema, em formato de fluxograma, dos procedimentos de coleta utilizados. Ele representa a divisão dos procedimentos em duas etapas, em função da dificuldade de realização do primeiro, e indicar o segundo como a opção mais eficiente do processo de coleta de dados.

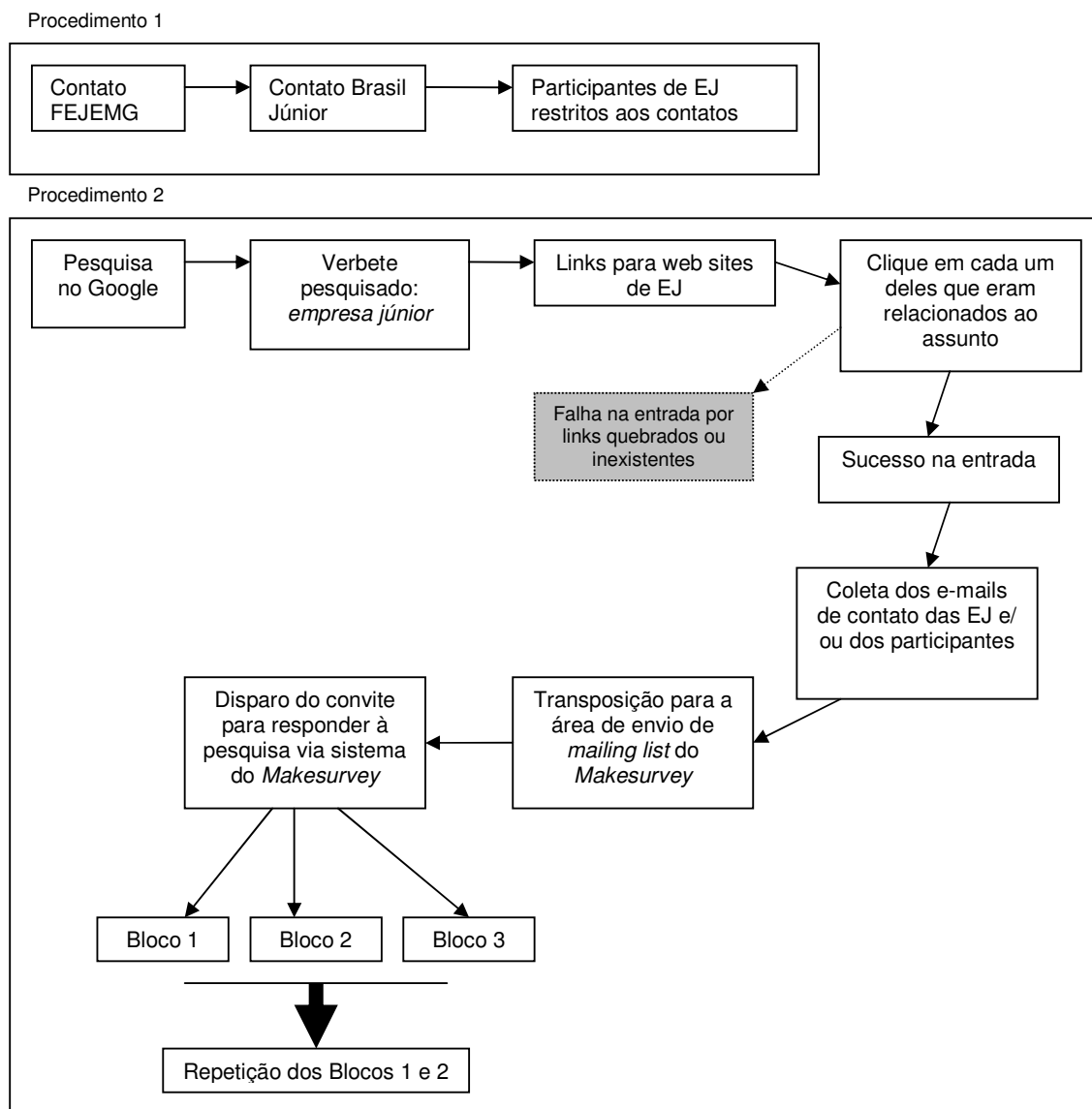


Figura 8 - Fluxogramas de procedimentos para coleta de dados

### 3.4. Categorias de análise da pesquisa

As categorias de análise abaixo foram elaboradas segundo técnica de observação participante empregada pelo pesquisador na EJ da qual fazia parte como tutor. São elas:

- O perfil do participante da EJ.
- Busca da informação – as principais fontes, segundo critérios de relevância, frequência e confiabilidade.
- Busca da informação – Dificuldade de acesso às fontes de informação.
- Uso da informação – as principais fontes de informação usadas pelos alunos participantes segundo critérios de frequência e importância.
- Uso da informação – Contribuição das fontes de informação no desempenho.

Esses itens estão inseridos e contemplados como questões específicas no instrumento de coleta de dados explicado na seção 3.5. que segue abaixo.

### **3.5. Instrumento de coleta de dados**

Para a construção do instrumento de coleta de dados, foi utilizada a técnica de observação participante, que segundo Peruzzo, C. M. K In: Duarte e Barros (2005), é baseada na interação entre o pesquisador e o grupo pesquisado. Ainda segundo o mesmo autor, neste tipo de pesquisa, especificamente, o papel do pesquisador é de participação nas atividades, com maior ou menor intensidade, do objeto a ser investigado. Porém o investigador não se deixa passar por membro do grupo, mas interage como membro.

O pesquisador do referido estudo fez parte de uma EJ como tutor, portanto, estava inserido no meio a ser pesquisado. A partir de sua vivência e compartilhamento do espaço de observação, ele fez anotações dos processos e tarefas executadas e em execução, para obter subsídios para a construção dos



questionários utilizados na pesquisa. Através desse método, buscou-se estabelecer categorias de análise a serem utilizadas como norteadoras do desenvolvimento do questionário.

A observação participante colaborou para a construção do questionário que, primeiramente, passou por um pré-teste impresso, sendo distribuído e acompanhado o seu preenchimento pelo pesquisador. Foram escolhidos oito alunos participantes da EJ onde o pesquisador atuou como tutor e orientador. Durante o pré-teste, verificou-se que alguns dos respondentes tiveram dificuldades em responder a algumas perguntas, o que levou a uma melhora e reformulação no conteúdo e na forma de redigir e apresentar a questão.

A base da coleta de dados da pesquisa é o método *survey*, que segundo Babbie (1999) é lógico, determinístico, generalista, parcimonioso e específico, atributos que o garantem como sendo “empiricamente verificável”.

Como se investigou os alunos que fazem parte das EJ disseminadas pelo Brasil, os objetivos da *Survey* como descrição, explicação e exploração são adequados. Especificamente, para se conseguir uma resposta sobre o comportamento informacional, deve haver uma descrição minuciosa de acordo com certos traços e atributos (BABBIE, 1999) verificados. A exploração é um mecanismo de busca que deve ser utilizado para melhorar a pesquisa *survey*, contribuindo para uma análise mais criteriosa dos dados.

O desenho da pesquisa *survey* proposto é o estudo contextual, pois, através das respostas dos participantes se obtém um panorama geral do ambiente onde estão inseridos.

É um desenho que se adapta ao objeto a ser estudado por se entender que o contexto ou o ambiente onde os alunos participantes de EJ estão indica o seu comportamento. Aponta, em certa medida, também que suas atitudes ou comportamentos, especificamente os relacionados à informação, determinam o tipo de ambiente propício ou não à coleta, disseminação e uso da informação.

Para garantir uma boa distribuição da pesquisa foram aplicados questionários via web (*websurvey*), pois se observa que é a melhor maneira de garantir um retorno satisfatório com baixo custo. “É uma forma de levantamento de dados que está se proliferando rapidamente.” (COUPER, TRAUGOTT & LAMIAS, p. 250, 2001)

Além disso, ainda de acordo com Couper, Traugott & Lamias (2001), os questionários *websurvey* são visualmente mais atrativos e contêm mais estímulos para que o respondente se interesse em preencher os campos. O retorno é em tempo real e, se houver algum problema, a correção da trajetória e do desenho da pesquisa é rapidamente consertada.

Outra justificativa que reforça a disponibilização dos questionários por intermédio da web está na não-dependência de se utilizar um indivíduo com treinamento para a aplicação. Em muitos casos, a coleta de dados é prejudicada por falha do entrevistador, por falta de empatia ou interesse.

O instrumento de coleta foi integralmente desenvolvido no ambiente web e disponibilizado aos respondentes em um endereço *on-line* específico (URL), cujo endereço na web é <http://www.makesurvey.net> (para visualizar a interface do sistema, verificar Anexo 4) e um sistema cujo objetivo principal é o gerenciamento do levantamento de dados.

Para iniciar o processo, o pesquisador deve se cadastrar e configurar a sua área conforme o tipo de pesquisa, questões e forma de visualização do questionário. Cada questão deve ser inserida separadamente, podendo ser alterada, conforme necessidade do pesquisador.

Após o cadastramento no *website* e a inserção de todas as questões a serem levantadas, o pesquisador enviou uma mensagem, convidando os alunos participantes das EJ a responderem à pesquisa.

O questionário foi elaborado seguindo os parâmetros indicados pelas categorias de análise já citadas anteriormente. O instrumento de coleta de dados está dividido em dois blocos, não-delimitados visualmente para o respondente, conforme *Anexo 3*.

Ele é composto por dezesseis questões objetivas, fechadas e uma última questão aberta, abrangente, para se obter dos respondentes comentários e observações que eles achem pertinentes ao assunto em pauta.

O primeiro bloco foi configurado com as quatro primeiras questões matriciais, que são divididas em uma tabela em que na horizontal há escalas de respostas que vão de menor a maior frequência, relevância e confiabilidade das fontes de informação, listadas em vertical na tabela. As outras questões, seis e sete, foram escalonadas de maior a menor, para determinar o grau de dificuldade e o grau de desempenho ao acessar as fontes de informação indicadas.

O segundo bloco de questões do questionário utilizado no estudo diz respeito ao perfil do respondente, em que se determinam as características do usuário da informação dentro de uma EJ. As questões são determinantes de:

- *Gênero*;

- *Idade;*
- *Nome da universidade ou faculdade onde estuda;*
- *Curso de graduação, tempo que participa da EJ;*
- *Papel dentro da EJ;*
- *Tempo dedicado à EJ;*
- *Principais clientes da EJ onde trabalha; e*
- *Participação em outras EJ.*

As fontes de informação foram selecionadas a partir de observação da experiência do pesquisador em uma EJ onde atuava como tutor, mas também baseadas nos estudos de Barbosa (2002, 2006), tendo sido confirmadas através do pré-teste com oito alunos. São elas:

1. *Conversa com os colegas da EJ.*
2. *Conversa com os professores;*
3. *Troca de e-mails com os colegas;*
4. *Troca de e-mails com os professores;*
5. *Listas de discussões na internet;*
6. *Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.);*
7. *Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade;*
8. *Leitura de jornais ou revistas via web;*
9. *Leitura de livros da área;*
10. *Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc);*

11. *Acesso e leitura em sites especializados da área;*
12. *Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.);*
13. *Acesso a informações restritas no site da faculdade/universidade (intranet ou extranet);*
14. *Palestras e debates (eventos na área).*

Há também, no questionário, um espaço para que os respondentes possam inserir fontes de informação que acessam e que não estão presentes nas opções, denominado *Outros. Favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei/não se aplica")*

A seguir visualiza-se o Quadro 4 para organizar as fontes de informação especificamente selecionadas para o estudo, conforme os critérios **pessoais** e **impessoais**, e **externas** e **internas** de Choo e Auster (1994) e Barbosa (2002).

	PESSOAIS	IMPESSOAIS
EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade</li> <li>▪ Leitura de jornais ou revistas via web</li> <li>▪ Leitura de livros da área</li> <li>▪ Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Listas de discussões na internet</li> <li>▪ Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)</li> <li>▪ Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc.)</li> <li>▪ Acesso e leitura em sites especializados da área</li> <li>▪ Palestras e debates (eventos na área).</li> </ul>
INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conversa com os colegas da EJ</li> <li>▪ Conversa com os professores</li> <li>▪ Acesso a informações restritas no site da faculdade/ universidade (intranet ou extranet)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Troca de e-mails com os colegas</li> <li>▪ Troca de e-mails com os professores</li> </ul>

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Quadro 4 - Fontes de informação utilizadas na pesquisa

Outro critério a partir do qual as fontes de informação pesquisadas são classificadas é em digitais e não-digitais, vistas no Quadro 5 seguinte. As fontes digitais são aquelas que, no caso estudado, são provenientes principalmente da internet, onde a informação é acessada utilizando-se das diversas ferramentas oferecidas pelo meio *online* (fóruns, e-mails, webjornais, *websites*, portais, mecanismos de busca, mensageiros instantâneos, intranets, extranets e outros). As fontes não-digitais são as que exigem um contato físico entre o emissor e o receptor da mensagem ou informação. Ao ler um jornal ou revista, conversar com um colega

ou professor, participar de um evento, está-se acessando fontes de informação *off line*, que também podem ser chamadas de fontes analógicas.

Essa classificação é uma evolução da proposta apresentada por Pereira (2006), em que ele as denomina fontes de informação eletrônicas e não-eletrônicas, adaptada a uma realidade cada vez mais direcionada às fontes pela grande rede de computadores (internet) e, mais especificamente, pela grande rede mundial (world wide web).

DIGITAIS	NÃO-DIGITAIS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Listas de discussões na internet</li> <li>▪ Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)</li> <li>▪ Leitura de jornais ou revistas via web</li> <li>▪ Acesso e leitura em sites especializados da área</li> <li>▪ Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc.)</li> <li>▪ Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)</li> <li>▪ Troca de e-mails com os colegas</li> <li>▪ Troca de e-mails com os professores</li> <li>▪ Acesso a informações restritas no site da faculdade/ universidade (intranet ou extranet)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conversa com os professores</li> <li>▪ Conversa com os colegas da EJ</li> <li>▪ Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade</li> <li>▪ Leitura de livros da área</li> <li>▪ Palestras e debates (eventos na área).</li> </ul>

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Quadro 5 - Fontes de informações digitais e não-digitais

No Quadro 5 acima, observa-se um número considerável de fontes denominadas digitais. Fato que se presencia cada vez com maior frequência entre

estudantes e profissionais dentro dos ambientes acadêmicos e empresariais, cada dia mais digitalizados.

Os questionários foram preenchidos, na sua maioria (70%), de Outubro a Dezembro de 2007, completando o número de 270 respondentes, considerado como consistente, de Março a Junho de 2008.

No capítulo a seguir é desenvolvida a análise dos dados obtidos pelas questões do questionário de pesquisa disponibilizado aos alunos participantes das EJ espalhadas pelo Brasil, em que foi construído o perfil deles e as análises dos resultados das respostas e observações.



## 4. ANÁLISE DE DADOS

Com o intuito de organizar melhor o resultado apresentado pela pesquisa, fez-se uma divisão. Primeiramente, do perfil dos 270 alunos que responderam ao questionário. Em seguida, há a análise dos resultados apresentados por eles em relação à busca nas fontes de informação previamente selecionadas, conforme os critérios de frequência, confiabilidade e relevância. Além de se analisar a frequência e importância do uso dessas fontes para determinar a execução das tarefas do modelo de análise, levantadas na Fig. 7, dentro do ambiente da EJ.

### 4.1. Perfil dos alunos participantes de EJ

Através do levantamento de dados feito pelo questionário aplicado via *websurvey*, determinou-se o perfil dos alunos participantes das EJ, conforme questões como: gênero, faixa etária, nome da universidade/faculdade, curso onde estuda, tempo de EJ, papel desempenhado na EJ e tempo de dedicação diário à EJ. Para tal, as Tabelas de 1 a 12 sobre o perfil dos alunos participantes de EJ foram organizadas para se visualizar e compreender a composição da população respondente.

Na *questão 8*, os alunos participantes foram solicitados a marcar o seu gênero (sexo). Observa-se na Tabela 1 que 59% dos entrevistados são homens e que 41% são mulheres. Justifica-se a relativa margem a favor dos homens em função do questionário ser via web e que os números de acessos à internet ainda apontam uma maioria masculina, mesmo que seja pequena, mas mesmo assim,

indicam para um crescimento dos acessos do sexo feminino. Em 2005, do total de 32,1 milhões de usuários de internet, 16,2 milhões são homens (IBGE, 2007), ou seja, relativamente pequena margem a favor dos usuários do sexo masculino.

Tabela 1 - Sexo dos alunos-participantes de EJ

<b>Sexo</b>	<b>Ocorrências</b>	<b>%</b>
Masculino	158	<b>59</b>
Feminino	112	<b>41</b>

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Em relação à idade dos respondentes, houve uma maior concentração na faixa de 19 a 21 anos (62%) e entre 22 a 25 anos (26%), conforme se observa na Tabela 2. Isso pode ocorrer devido ao fato de que os estudantes que se dispõem a participar de uma EJ não estão trabalhando em outra organização e que muitos deles estão na sua primeira experiência profissional ou semi-profissional.

Tabela 2 - Faixa etária dos alunos-participantes de EJ

<b>Idade (anos)</b>	<b>Ocorrências</b>	<b>%</b>
19 a 21	168	<b>62</b>
22 a 25	69	<b>26</b>
17 ou 18	22	<b>8</b>
Acima de 25	11	<b>4</b>

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Os dados anteriores podem ser comprovados, também, pelo grande contingente de respondentes da própria pesquisa pertencer a instituições federais, onde cursos como os da área da saúde, funcionam em tempo integral, sendo a própria EJ a opção de se obter contato com o mercado.

Na Tabela 3, a seguir, apresentam-se os dados das faculdades/universidades onde os respondentes estudam. Os dados com menor valor foram agrupados para facilitar a visualização e indica que o número à frente representa os respondentes de cada instituição

Tabela 3 - Nome da Faculdade/Universidade onde estuda

<b>Faculdade/Universidade</b>	<b>Número absoluto</b>
UFSC – Univ. Federal de Santa Catarina	27
UFBA – Univ. Federal da Bahia	24
UFRGS – Univ. Federal do R. Grande do Sul	22
UFRJ – Univ. Federal do Rio de Janeiro	19
UFPR – Univ. Federal do Paraná	18
UERG – Univ. Estadual do R. Grande do Sul USP – Univ. de São Paulo	17
UFV – Univ. Federal de Viçosa	14
IBMEC/ SP UEL – Univ. Estadual de Londrina/PR UnB – Univ. de Brasília	12
UFMG – Univ. Federal de Minas Gerais	10
PUC Minas	8
UFF – Univ. Federal Fluminense UFLA – Univ. Federal de Lavras	7
UFJF – Univ. Federal de Juiz de Fora UFPE – Univ. Federal de Pernambuco UFFPe – Univ. Federal de Pelotas	5
Mackenzie – SP Universidade de Pernambuco	4
FEI - Faculdade de Engenharia Industrial/SP UNICAMP – Univ. de Campinas Universidade Estadual de Santa Cruz/BA	3
Universidade do Estado de Santa Catarina Faculdade Machado Sobrinho – JF/MG Faculdade Marista/ PE Faculdades Energia/ SC INATEL/MG UNESP – Univ. Estadual de S. Paulo Universidade Estadual de Feira de Santana Universidade Estadual do Ceará Universidade Federal da Paraíba Universidade Federal de Sergipe Universidade Severino Sombra/ RJ	1

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

O maior número de respondentes veio da Universidade Federal de Santa Catarina, com 27 respondentes, seguido da Universidade Federal da Bahia, que

totalizou 24. Outras instituições que se destacaram foram as Federais do Rio Grande do Sul, do Rio de Janeiro e do Paraná com 22, 19 e 18 respondentes, respectivamente. As demais instituições que apresentaram bom número de respondentes foram a USP - Universidade de São Paulo e a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, com 17 respondentes cada.

Verificou-se um maior engajamento dos alunos participantes de EJ das universidades federais e estaduais, somando 226 alunos do total de 270 que responderam ao questionário, ou seja, 83,7% dos respondentes.

Para delimitar melhor a distribuição dos respondentes, as instituições foram separadas por região geográfica do Brasil, conforme se visualiza no Gráfico 1.

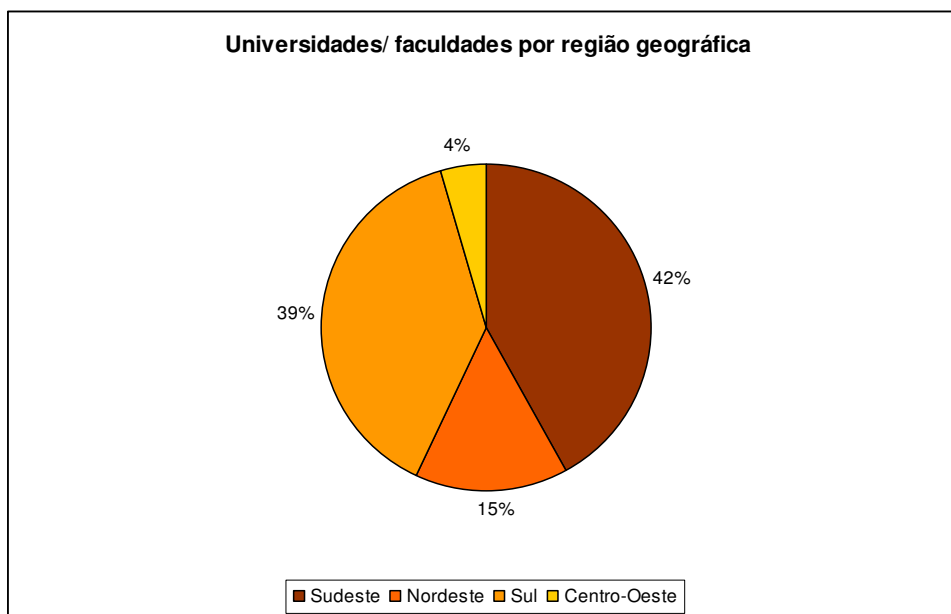


Gráfico 1 - Universidades/ faculdades por região geográfica no Brasil, 2008

A região com o maior número de respondentes é a Sudeste, com 42%, acompanhada de perto pela região Sul, de onde vieram 39% dos alunos que foram entrevistados e participam de EJ. O Nordeste obteve 15% dos respondentes.

Somente 4% são do Centro-Oeste, representado por alunos da UnB (Universidade de Brasília). Esse número reflete a quantidade de EJ por região, conforme *Anexo 2*, que enumera as EJ filiadas à Brasil Júnior.

A Tabela 4, seguinte, que equivale à pergunta 11 do questionário da pesquisa, representa os cursos onde os alunos participantes das EJ estudam. Os cursos foram organizados em ordem alfabética, lembrando que para se fazer parte de uma EJ, o aluno deve estar regularmente matriculado em um curso relativo à atuação dela (BRASIL JÚNIOR, 2006).

Tabela 4 - Curso superior dos alunos participantes de EJ

<b>Curso superior</b>	<b>Número absoluto</b>
Administração	71
Ciência da Computação	27
Ciências Econômicas	24
Engenharia Elétrica	23
Engenharia de Produção	20
Psicologia	17
Comunicação	12
Engenharia de Controle e Automação	11
Engenharia Civil	9
Engenharia Mecânica	7
Biblioteconomia Engenharia Ambiental Estatística	5
Nutrição	4
Ciências Biológicas Engenharia da Computação	3
Agronomia Engenharia Química Fisioterapia Geografia Medicina Relações Internacionais	2
Arquivologia Ciência Política Ciências Contábeis Ciências dos Alimentos Curso Superior em Web Design Desenho Industrial Direito Engenharia Farmácia Matemática Aplicada e Ciência Computacional Matemática Industrial Turismo	1

*Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.*

De acordo com o levantamento feito, o curso que obteve a maioria de respondentes foi o de Administração (71), em seguida o curso de Ciência da

Computação (27), o de Ciências Econômicas (24) e o de Engenharia Elétrica (23). Mas, somando-se todos os alunos dos cursos de Engenharia, obtém-se quase um terço dos respondentes (30%).

Já para se determinar “Há quanto tempo os respondentes trabalham nas EJ”, a Tabela 5, abaixo, mostra que há um equilíbrio entre os números apresentados. Observa-se que 24% dos respondentes está há 2 semestres ou 1 ano na EJ, mas destaca-se que 19% responderam que trabalham na EJ há mais de 4 semestres, ou seja, dedicam-se às atividades na EJ por mais de 2 anos.

Tabela 5 - Tempo de EJ

<b>Tempo</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Menos de 1 semestre	48	<b>18</b>
1 semestre	29	<b>11</b>
2 semestres	65	<b>24</b>
3 semestres	46	<b>17</b>
4 semestres	30	<b>11</b>
Mais de 4 semestres	51	<b>19</b>
NA	1	<b>0</b>

*Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.*

O envolvimento dos alunos participantes das EJ é grande e, conforme mostra os dados da pesquisa, quase a metade deles, 127 respondentes (47%), está nas EJ há 3 semestres ou mais.

Em relação ao principal papel desempenhado na EJ onde trabalha, visto na Tabela 6 a seguir, a maioria respondeu que a sua função é de Liderança (32%), logo após os alunos autodenominaram-se Organizadores (23%) e os números, em



seguida, mostraram os alunos participantes como os responsáveis pela Produção ou Execução de trabalhos/projetos (20%).

Tabela 6 - Principal papel desempenhado na EJ

<b>Função</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Liderança (liderar algum trabalho)	86	<b>32</b>
Organização (planejamento das atividades ou de projetos)	62	<b>23</b>
Produção (operacional, executar os trabalhos ou projetos)	54	<b>20</b>
Outro (escreva no espaço abaixo)	40	<b>15</b>
Criatividade (responsável por idéias para melhorar processos ou para novos produtos)	28	<b>10</b>

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Um número significativo de respondentes (15%) apontou outros papéis por eles desempenhados nas EJ. Em alguns casos eles desempenhavam um dos papéis delimitados pelo autor, mas denominaram-no com outra nomenclatura. O que se observa em alguns casos é uma mistura de papéis, por isso a dificuldade, por parte de alguns, em identificar o principal.

Os dados da Tabela 7, seguinte, mostram que 26% dos alunos que responderam ao questionário passam mais de 4 horas dedicados à EJ, diariamente. Próximos deste número estão aqueles que dedicam 2 horas diárias (24%) às atividades da EJ. Observou-se, também, que um grande percentual de respondentes (80%) passa mais de 2 horas dedicando-se à EJ. Isso revela que as EJ exigem empenho e dedicação dos alunos participantes e reforça ainda mais o engajamento dos participantes em relação ao trabalho desempenhado.

Tabela 7 - Tempo de dedicação diária à EJ.

<b>Tempo</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Mais de 4 horas	70	<b>26</b>
2 horas	66	<b>24</b>
3 horas	46	<b>17</b>
1 hora	41	<b>15</b>
4 horas	33	<b>13</b>
Menos de 1 hora	14	<b>5</b>

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

A Tabela 8, seguinte, apresenta os dados respondidos pelos alunos participantes de EJ no Brasil em relação aos principais clientes atendidos, por setor de atividade. É importante ressaltar que eles poderiam escolher mais de um setor.

Tabela 8 - Principais clientes das EJ

<b>Setor de atividade</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Comércio	150	<b>56%</b>
Prestadores de serviço	129	<b>48%</b>
Instituição de ensino (demanda interna da faculdade / universidade)	90	<b>33%</b>
Indústria	67	<b>25%</b>
Associações, sindicatos, federações, ONGs, etc.	60	<b>22%</b>
Outros	42	<b>16%</b>
Serviço público / governamental	29	<b>11%</b>
NA	1	

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Com 56% das escolhas, destaca-se o Comércio, logo em seguida estão os Prestadores de Serviço, com 48%. As demandas internas da instituição onde se localiza a EJ estão em terceiro lugar, com 33%.

A Tabela 12 anterior representa os principais clientes atendidos pelas EJ. Esses dados estão intimamente relacionados ao tipo de EJ. Isso quer dizer que, dependendo do curso a que está vinculada a EJ, esta vai indicar o setor que

predomina em seu trabalho. O respondente, nesse caso, poderia marcar mais de uma opção à sua escolha.

Os dados anteriores, representados na Tabela 12, confirmam o foco das EJ em micro e pequenas empresas e, eventualmente, como suporte às demandas provenientes da própria instituição.

Em seguida, vêem-se as observações e análises feitas a partir dos dados coletados junto aos alunos participantes das EJ em relação, especificamente, ao comportamento informacional.

#### **4.2. Comportamento informacional dos alunos participantes de EJ**

Nas questões de 1 a 7 do questionário da pesquisa em *Anexo 3*, foram feitas perguntas relativas ao comportamento informacional dos alunos-participantes de EJ que indicaram como eles buscam a informação nas diversas fontes de informação, como eles as usam para determinadas tarefas, qual é a contribuição das fontes de informação no desempenho e quais foram as dificuldades de acesso às fontes de informação.

Nos itens a seguir estão evidentes as análises dos resultados apresentados pela amostra, divididos de acordo com:

1. Frequência de acesso, relevância e grau de confiabilidade com relação às fontes de informação listadas;
2. Frequência de acesso e importância das fontes de informação para uso em determinadas atividades;

3. Contribuição das fontes de informação no desempenho;
4. Dificuldade de acesso às fontes de informação.

#### **4.2.1. Comportamento de busca pelas fontes de informação**

O comportamento de busca dos alunos participantes de EJ no Brasil é visualizado nas tabelas a seguir, que indicam a frequência de acesso, a relevância e a confiabilidade percebidas das fontes de informação relacionadas às atividades por eles desempenhadas.

As frequências de acesso, relevâncias e graus de confiabilidade dos usuários quanto às fontes de informação são categorizados, conforme estudos de Barbosa (1997, 2002, 2006), em diferentes tipos de profissionais brasileiros e adaptados de acordo com o tipo de público entrevistado.

Foram selecionadas para o presente estudo 14 fontes de informação, levando-se em consideração os estudos de Barbosa (2002) e Pereira (2006) com gerentes e consultores de empresas. Os usuários estudados por esses autores estão em um nível profissional mais complexo do que o dos alunos participantes de EJ, mas se assemelham quanto à prestação de serviços.

As frequências foram escalonadas em “menos de uma vez ao ano”; “algumas vezes ao ano”; “pelo menos uma vez ao mês”; “pelo menos uma vez por semana”; “pelo menos uma vez ao dia”; e com a opção “não sei/não se aplica”. Os graus de relevância vão de “extremamente relevante” a “totalmente irrelevante” e os graus de confiabilidade vão da escala “nem um pouco confiável” até “totalmente confiável”.

Tabela 9 - Frequência de acesso às Fontes de Informação

Fontes	Frequência	Pelo menos uma vez ao dia	Pelo menos uma vez por semana	Pelo menos uma vez ao mês	Algumas vezes ao ano	Menos de uma vez ao ano	Não sei / não se aplica
Conversa com os colegas da EJ		<b>63%</b>	<b>29%</b>	5%	1%	--	1%
Troca de e-mails com os colegas		<b>51%</b>	<b>41%</b>	3%	2%	1%	1%
Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc.)		<b>39%</b>	<b>37%</b>	17%	4%	--	3%
Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)		<b>38%</b>	<b>35%</b>	13%	5%	3%	5%
Listas de discussões na internet		33%	20%	16%	8%	9%	14%
Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)		27%	<b>33%</b>	<b>17%</b>	9%	3%	11%
Leitura de jornais ou revistas via web		21%	28%	21%	19%	4%	6%
Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade		10%	<b>29%</b>	<b>31%</b>	22%	3%	5%
Acesso a informações restritas no site da faculdade / universidade (intranet ou extranet)		10%	20%	18%	16%	5%	31%
Acesso e leitura em sites especializados da área		9%	<b>29%</b>	<b>34%</b>	21%	1%	6%
Conversa com os professores		6%	<b>25%</b>	<b>29%</b>	26%	6%	8%
Leitura de livros da área		5%	<b>23%</b>	<b>34%</b>	32%	3%	3%
Troca de e-mails com os professores		1%	12%	30%	35%	10%	12%
Palestras e debates (eventos na área)		1%	6%	<b>44%</b>	<b>44%</b>	2%	3%
Outros. Favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei/ não se aplica")							

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Conforme observado na Tabela 9 apresentada acima, a *Conversa com os colegas da EJ* é a fonte mais acessada com 92% dos respondentes, em seguida está a *Troca de e-mail com os colegas* que também soma 92% dos respondentes, mas com uma frequência diária menor. Os *sites de busca* são as fontes de informação mais acessadas por 76% dos respondentes, enquanto que 73% frequentemente *conversam via mensageiros instantâneos*.

A troca de e-mail com os professores, ao contrário, não é tão freqüente, pois a maioria (66%) envia e recebe informações somente “algumas vezes ao ano” ou “pelo menos uma vez ao mês”.

Um terço dos alunos participantes que responderam o questionário acessa as *listas de discussões na internet* “pelo menos uma vez ao dia”, assim como a *leitura de newsletter, e-mails marketing, etc. (recebimento de e-mails através de cadastro)* é acessada por 60% dos respondentes “pelo menos uma vez por semana” e “pelo menos uma vez ao dia”.

Os *jornais e revistas da área de especialidade* dos respondentes têm uma freqüência de acesso mediana, pois 60% acessam-nas “pelo menos uma vez ao mês” ou “pelo menos uma vez por semana”. E a *leitura de jornais e revistas pela web* é acessada diariamente ou semanalmente por 49%, reforçando a grande procura por informação via internet (WILSON, 2004).

Para complementar, a *leitura de livros da área* não é freqüentemente acessada como fonte de informação, visto que a maioria (66%) a acessa somente anualmente e mensalmente. O *acesso e leitura a sites especializados* têm freqüência de 63% dos alunos participantes “pelo menos uma vez ao mês” e “pelo menos uma vez por semana”.

As fontes consideradas formais tiveram uma freqüência pequena, conforme se vê na Tabela 9 anterior. 31% dos respondentes marcaram “não sei/não se aplica” ao *acesso a informações restritas no site da faculdade/universidade (intranet ou extranet)*. Os acessos restritos podem ser destinados somente para os professores e funcionários da instituição de ensino superior.

E um percentual igual de alunos participantes (88%) respondeu que *assistem a palestras e eventos* da área anualmente e mensalmente, ou seja, pouco freqüente, mas em razão dessas fontes de informação estarem disponíveis em períodos determinados e poucas vezes no ano.

Observa-se, então, que as fontes informais e internas (*conversa com colegas e troca de e-mails com colegas*) são as mais buscadas, em virtude da facilidade de acesso dessas fontes em relação às outras, comprovadas pela pesquisa de Pereira (2006). Em seguida, constata-se que as fontes eletrônicas (*procura em sites de busca e conversa via Messenger*) também são freqüentemente acessadas. A primeira por justamente ser uma ferramenta para buscar informações e a segunda, pela agilidade e facilidade de troca de informações.

Assim como nas pesquisas com consultores empresariais de Pereira (2006) e com participantes de cursos de especialização de Barbosa (2002), a grande freqüência de acesso a fontes eletrônicas é apresentada também pelos participantes de EJ, comprovando o comportamento de busca recorrente em contextos similares.

Outra observação a ser considerada refere-se às fontes menos buscadas apresentadas pela Tabela 9 desta dissertação. Nela interpreta-se que as fontes formais (*troca de e-mails com os professores e conversa com os professores*) exercem pouca influência no comportamento de busca dos alunos participantes, assim como fontes eletrônicas formais (*listas de discussões na internet e informações restritas no site da faculdade / universidade*).

A seguir é apresentada a Tabela 10 com os dados sobre o grau de relevância para os alunos participantes de EJ em relação às 14 fontes de informação selecionadas.

Tabela 10 - Grau de Relevância das Fontes de Informação

Fontes	Relevância	Extremamente relevante	Relevante	De alguma relevância	Irrelevante	Totalmente irrelevante	Não sei / não se aplica
Conversa com os colegas da EJ		90%	9%	1%	--	--	--
Troca de e-mails com os colegas		56%	37%	6%	1%	--	--
Leitura de livros da área		45%	38%	15%	--	1%	--
Palestras e debates (eventos na área)		43%	39%	16%	--	--	1%
Conversa com os professores		41%	42%	14%	--	--	2%
Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc.)		32%	47%	19%	--	--	1%
Acesso e leitura em sites especializados da área		29%	46%	22%	1%	1%	2%
Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade		26%	44%	27%	1%	--	1%
Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)		22%	33%	32%	9%	3%	1%
Listas de discussões na internet		24%	29%	35%	6%	--	4%
Troca de e-mails com os professores		20%	40%	34%	3%	1%	1%
Leitura de jornais ou revistas via web		17%	39%	37%	4%	--	2%
Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)		13%	25%	43%	13%	2%	4%
Acesso a informações restritas no site da faculdade / universidade (intranet ou extranet)		10%	23%	30%	14%	4%	17%
Outros. Favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei / não se aplica")							

Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Para 99% dos respondentes a *conversa com os colegas* é “Extremamente relevante” e “Relevante”, obtendo um grande destaque entre as outras fontes de informação relacionadas. A totalidade (100%) dos respondentes indicou algum grau de relevância a essa fonte de informação.

A fonte de informação que também apresenta alto grau de relevância é a *troca de e-mails com os colegas*, que obteve 93% de respostas conferidas como extremamente relevantes e relevantes para os respondentes.

Os dados da Tabela 10 são equivalentes aos do estudo de Pereira (2006) com os consultores empresariais, em que a maioria, 94%, respondeu que as fontes de informação mais relevantes são pessoais, internas e eletrônicas (*e-mail*) e



pessoais e internas (*conversas com colegas*) com 85% dos consultores empresariais entrevistados.

O resultado apresenta a grande importância que os alunos participantes de EJ dão às fontes informais. Observa-se, entretanto, que *a leitura de livros da área* (fonte impessoal) e *as conversas com os professores* (fonte formal e pessoal) são fontes de informação consideradas relevantes pelos alunos participantes de EJ, com 83% considerando “extremamente relevantes” e “relevantes” o seu acesso. São também consideradas muito relevantes as *palestras e debates na área* (82%), porém conforme visto na Tabela 9 sobre frequência de acesso, observa-se que são pouco acessadas pelos alunos participantes de EJ.

Os dados anteriores indicam que o *acesso a informações restritas no site da faculdade/universidade (intranet ou extranet)* são os considerados de menor relevância para os alunos participantes de EJ, com 18% tendo respondido “como irrelevante” e “totalmente irrelevante”. Em seguida, *a leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing)*, fonte de informação que obteve baixa relevância, com 15% dos respondentes. Observam-se esses dados devido ao fato de essas fontes serem altamente formais e exigirem maior esforço e apresentarem dificuldade de acesso.

Logo a seguir, vê-se a Tabela 11 que representa o grau de confiabilidade dado pelos alunos participantes de EJ às 14 fontes de informação listadas.

Tabela 11 - Confiabilidade das Fontes de Informação

Fontes	Confiabilidade					
	Extremamente confiável	Muito confiável	Confiável	Pouco confiável	Nem um pouco confiável	Não sei / não se aplica
Leitura de livros da área	36%	41%	23%	1%	--	2%
Conversa com os professores	34%	--	43%	17%	3%	2%
Conversa com os colegas da EJ	28%	41%	27%	3%	--	--
Troca de e-mails com os professores	23%	40%	26%	7%	--	4%
Palestras e debates (eventos na área)	19%	41%	37%	1%	--	1%
Troca de e-mails com os colegas	17%	43%	33%	7%	--	--
Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)	17%	40%	39%	3%	--	1%
Acesso e leitura em sites especializados da área	12%	33%	47%	8%	--	1%
Acesso a informações restritas no site da faculdade / universidade (intranet ou extranet)	11%	31%	31%	7%	--	20%
Leitura de jornais ou revistas via web	6%	29%	46%	14%	1%	3%
Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)	6%	19%	43%	26%	4%	2%
Listas de discussões na internet	6%	17%	41%	30%	2%	4%
Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc.)	3%	17%	46%	32%	1%	--
Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade	--	1%	27%	39%	3%	1%
Outros. Favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei/ não se aplica")						

Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Os resultados mostram que os *livros da área* (fonte formal, impessoal e não-eletrônica) são os mais confiáveis para os alunos participantes de EJ, conforme se observa na Tabela 11, acima. Depois o destaque está nas *conversas com os professores* (fonte formal, pessoal e não-eletrônica), em que 34% dos respondentes indicaram o grau de “extremamente confiável” e 43% marcaram como “confiável” a essa fonte.

Os dados provenientes da Tabela 11 concordam com o que os estudos de Barbosa (2002) indicaram em que as fontes não-eletrônicas, como leitura de livros, conversa com professores e colegas de EJ, são as mais confiáveis, embora não tenham sido consideradas relevantes ou freqüentemente acessadas.

O que se observa na Tabela 11 anterior é que as *conversas por mensagens instantâneas* são as menos confiáveis pelos participantes. Um terço deles, aproximadamente, considera tal conversa pouco ou nem um pouco confiável. Vê-se também que as fontes informais, pessoais são as com maior frequência de acesso, porém são as menos confiáveis na opinião dos alunos participantes de EJ.

As *conversas com os professores* também estão entre as menos confiáveis para os respondentes, com 20% das respostas de pouco ou nem um pouco confiáveis, observando-se que, apesar desse resultado, os alunos participantes acham relevante conversar com os professores. Mas, ao mesmo tempo, é uma das fontes mais confiáveis para eles, entrando na segunda colocação com 34% da opinião dos respondentes.

Na somatória das escalas de menor confiabilidade, *a leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade* é a que obteve o menor índice de confiabilidade, com 42% considerando essa fonte como pouco ou nada confiável. Infere-se, desse resultado, que há certo descaso para com os periódicos da área, mas que, mesmo assim, 70% responderam que eles são relevantes ou extremamente relevantes.

Em síntese, pelo aumento de acesso às fontes eletrônicas, como e-mail, web sites, ferramentas de busca e *messenger*, há um expressivo número de acessos a essas fontes. As fontes informais (colegas de EJ) também foram mais buscadas em função da proximidade e facilidade de acesso. Em função da relevância atribuída às fontes, os alunos participantes de EJ acham que conversar pessoalmente e trocar e-mail com os colegas são muito relevantes, todas consideradas fontes informais e pessoais; mas também as fontes formais como os livros da área, as palestras e debates e as conversas com os professores obtiveram alto grau de relevância.

#### 4.2.2. Comportamento de uso através das fontes de informação

Com base nas 14 fontes de informação acima selecionadas e apresentadas especificamente para a presente pesquisa, os alunos participantes das EJ responderam a questões referentes à frequência e à importância com que são usadas para diferentes propósitos.

Abaixo, a Tabela 12 apresenta com que frequência os alunos usam as fontes de informação para compartilhar, armazenar, solucionar problemas, desenvolver projetos, atender a clientes e aprender, ou seja, para uma finalidade de uso. Estes objetivos foram extraídos pela técnica de observação participante para formular o instrumento de coleta dados da presente pesquisa.

Tabela 12 - Frequência de Uso das Fontes de Informação

Objetivos	Frequência	A todo o momento	Todos os dias	Toda semana	Todo mês	Todo semestre	Não sei / não se aplica
Aprendizado		56%	31%	6%	4%	1%	1%
Compartilhamento (trocar informações com outras pessoas)		47%	34%	12%	3%	1%	3%
Solução de problemas		32%	32%	19%	10%	3%	4%
Desenvolvimento de projetos		27%	24%	21%	14%	7%	7%
Atendimento a clientes		20%	17%	19%	14%	14%	15%
Armazenamento ( <i>back up</i> )		17%	23%	19%	18%	11%	10%
Outros. Favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei/ não se aplica")							

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Observa-se que as fontes de informação listadas são mais frequentemente usadas entre os respondentes, com 87% a todo o momento e todos os dias para se

adquirir *aprendizado*. Em seguida, usam-se as fontes de informação com mais frequência para *compartilhamento*, pois 81% responderam que a usam a todo momento e todos os dias. Também são usadas as fontes de informação, freqüentemente, para *solucionar problemas* em 64% dos casos “a todo momento” e “todos os dias”.

A Tabela 13 seguinte demonstra qual o grau de importância dada pelos alunos ao compartilhar, armazenar, solucionar problemas, desenvolver projetos, atender a clientes e aprender.

Tabela 13 - Grau de Importância do uso das Fontes de Informação

Objetivos	Importância	Muito importante	Importante	De alguma importância	Sem importância	Totalmente sem importância	Não sei / não se aplica
Aprender		89%	11%	--	--	--	--
Compartilhar (trocar informações com outras pessoas)		83%	16%	1%	--	--	--
Solucionar problemas		80%	19%	1%	--	--	--
Desenvolver projetos		73%	24%	2%	--	--	1%
Atender aos clientes		61%	28%	7%	--	--	4%
Armazenar (fazer <i>back up</i> )		50%	35%	13%	--	--	3%
Outros. Favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei/ não se aplica")							

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2008.

Visualiza-se, de forma geral, que os alunos demonstraram, através de suas respostas, que dão importância a todos os tipos de uso em função das fontes de informação, mas destaca-se como “muito importante” e “importante”, para eles, o *aprendizado* com 100% dos respondentes. O *compartilhamento* (99%) e a *solução de problemas* (99%), também obtiveram números expressivos de respondentes que os consideram importantes.

Pode-se entender, comparando os dois resultados apresentados pelas Tabelas 12 e 13 anteriores, que freqüência e importância de uso para objetivos determinados estão intimamente relacionadas devido ao fato de os resultados apresentados se mostrarem coerentes.

No momento em que estão vivenciando as atividades dentro da EJ, eles dão preferência ao uso das fontes de informação para aprender, compartilhar e/ou trocar informações com os colegas e solucionar problemas. Todos esses usos das fontes têm praticamente um único objetivo, que é a construção da carreira profissional através da troca de experiências e do aprendizado entre eles. Por isso, há a freqüência maior de acesso e a maior relevância entre os colegas, não se abstraindo também da relação de confiança com os seus professores.

Para concluir e indicar recomendações para pesquisas futuras, o capítulo a seguir apresenta novas perspectivas de estudos e aborda as dificuldades encontradas para o desenvolvimento do presente estudo. O que se desenvolveu nesta pesquisa foi somente um pequeno passo para a evolução do campo do comportamento informacional.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Para se poder conhecer e analisar o comportamento informacional é fundamental se conhecer a quem essa informação é direcionada. Portanto, a partir das necessidades informacionais, das buscas por fontes de informação, de como os usuários da informação as usam e com qual objetivo, é que se pode conhecer qual é o seu comportamento informacional.

Os empresários juniores, aqui estudados e chamados de alunos participantes de EJ, podem ser os futuros empreendedores. Isto ocorre por já se envolverem desde os seus cursos de graduação com uma organização empresarial, mas também por transmitirem aos novos alunos participantes o espírito empreendedor.

Ser contaminado por esse espírito, no cenário mundial atual, é de grande valia, visto que cada vez mais o trabalho com vínculos empregatícios se escasseia. O que se vê são indivíduos em busca de informações para usar em benefício próprio, mas com o intuito, também, de compartilhar, de construir e de disseminar conhecimento. A própria rede mundial de computadores (WWW) é a ferramenta com que os jovens profissionais e empreendedores constroem essa relação.

Na presente pesquisa com os alunos participantes de empresas juniores e tendo como base os objetivos propostos pela pesquisa, pode-se afirmar que o estudo sobre as práticas informacionais, mais especificamente o comportamento informacional dos alunos participantes de EJ no Brasil, apresentou resultados importantes para o campo do comportamento informacional, mas que também podem contribuir de maneira efetiva para o crescimento e a evolução do movimento EJ em âmbito nacional.

Há indícios de que o Movimento Empresa Júnior no Brasil esteja planejando uma organização mais detalhada do conhecimento construído pelos próprios participantes, através do MC2 (Modelo de Colaboração e Conhecimento), que será o projeto com foco no ambiente interno de gestão do conhecimento (BRASIL JÚNIOR, 2006). Assim, surge a oportunidade de se apresentar o presente trabalho como ponto de partida ou complemento desse projeto. Ao se estudar o perfil e o comportamento dos alunos participantes de EJ, abre-se para a discussão em torno do tema organização da informação e do conhecimento dentro das EJ.

A amostra de 270 respondentes, em vista do universo pesquisado, permitiu extrair observações, fazer comparações e conclusões sobre os diferentes temas e teorias abordadas com segurança e confiabilidade de resultados.

O número de quatorze fontes de informação selecionadas pelo método de observação dentro da EJ, onde o pesquisador fazia parte como tutor, foi cancelado pelo pré-teste com oito alunos e resumiu, com relativa precisão, as principais fontes que esses alunos costumam ter contato. Esse aspecto também contribuiu para que o questionário não ficasse extenso e obtivesse uma boa taxa de respostas, como foi apresentado. A escolha das fontes foi avalizada pelos estudos de Barbosa (2002) e Pereira (2006), obtendo-se um equilíbrio em relação aos tipos de fontes a serem investigadas.

O modelo de análise da pesquisa, baseado no modelo integrativo de Choo (2006) e nos critérios de frequência, relevância e confiabilidade proposto por Auster e Choo (1993), Barbosa (2002) e Pereira (2006), ampliou horizontes diante de uma nova perspectiva, com usuários específicos e comportamentos informacionais diferentes dos atualmente investigados.



As limitações da pesquisa apresentaram-se na escassez de bibliografias específicas em comportamento informacional com foco nas EJ. Pouco se estudou ou se estuda sobre empresas juniores no Brasil e no mundo, nem mesmo em outros campos do conhecimento. O que já se pesquisou, dentro do campo em foco, foi o comportamento informacional de estudantes universitários em bibliotecas, de pessoas jovens, de crianças, mas nenhum estudo encontrado procurou investigar os empresários juniores.

O fator limitante, ao mesmo tempo, contribui para que a pesquisa seja inédita, mas dificulta o acesso aos respondentes da pesquisa pelo fato de estarem pulverizados pelos vários estados do Brasil. Em contrapartida, o que contribuiu para o bom número de respondentes foi a aplicação do questionário pela ferramenta de *websurvey* “*Makesurvey.net*” e a facilidade de se encontrar informações sobre as EJ pelas ferramentas de busca.

Outra dificuldade encontrada foi no desenvolvimento, nas observações e no levantamento dos dados referentes às necessidades informacionais dos alunos participantes de EJ, por motivos de serem empiricamente difíceis de serem observadas, mas que, pode se transformar em pesquisa futura. Talvez, ao se aplicar entrevistas abertas, possa se coletar dados qualitativos que indiquem traços importantes sobre qual necessidade leva um indivíduo a escolher ou buscar por fontes de informação.

A pergunta de pesquisa que norteou o presente trabalho - “Qual é o comportamento informacional dos alunos participantes de EJ no Brasil?” – foi respondida na medida em que se pôde constatar o comportamento desses alunos participantes no que se refere à sua frequência de acesso, principalmente quanto às fontes eletrônicas e informais. Essa frequência pode se dever, pela possível

facilidade de acesso. As fontes de informação consideradas úteis e necessárias para os alunos participantes, ou seja, relevantes, foram as pessoais e informais como “troca de e-mails” e “conversas com colegas”. O maior grau de confiabilidade foi destinado às fontes formais e mais tradicionais que, neste estudo, foram “leitura de livros” e “conversa com professores”, consideradas fontes idôneas e que podem ser utilizadas para tomar decisões, conforme Auster e Choo (1993).

A outra pergunta, complementar, “Como os alunos participantes buscam e usam a informação para executar suas atividades” é também respondida na pesquisa visto que se constatou que os alunos participantes de EJ buscam as fontes de informação com maior frequência com foco no “aprendizado” e para o “compartilhamento das informações com outras pessoas”, assim como consideram-nas relevantes para atingir esses objetivos.

Portanto, com as perguntas de pesquisa respondidas pode-se indicar o comportamento informacional dos alunos participantes de EJ no Brasil e, por conseguinte, indicar pesquisas futuras que podem ser importantes para o campo do comportamento informacional.

Os resultados alcançados com essa pesquisa e a metodologia aplicada sugerem uma série de possibilidades para novos estudos. O fato de que essa pesquisa tenha sido realizada com dados quantitativos já abre precedentes para que haja um novo estudo, mais aprofundado, trabalhando-se com os métodos qualitativos. O que se pode desenvolver é uma entrevista em profundidade com um grupo de alunos participantes das diferentes EJ, para se identificar mais fontes de informação.

Outro estudo que pode se configurar a partir do presente é o aprofundamento nas necessidades informacionais dos alunos participantes de EJ, para entender o que induz o indivíduo a buscar determinada fonte de informação ao invés de outras.

Em outra perspectiva, mais dimensões oriundas dessa mesma pesquisa podem ser investigadas pelo cruzamento estatístico de dados como, por exemplo, a relação entre a idade dos entrevistados e a frequência com que buscam por determinada fonte de informação. Ainda podem-se cruzar os dados de gênero com a importância que dão a uma ou outra fonte de informação. Pode-se também fazer cruzamentos de dados quantitativos entre os respondentes que consideram as fontes mais relevantes e confiáveis e sua frequência de uso para determinado objetivo. Ou mesmo cruzar as variáveis: tempo de atividades na EJ e o grau de confiança nas fontes de informação mais acessadas.

O presente estudo pode contribuir para a evolução dos estudos em ambientes organizacionais poucos pesquisados como é o caso das EJ. Esse ambiente é uma ligação entre a academia e o mercado de trabalho, ou seja, um ambiente peculiar, que demanda comportamentos informacionais de indivíduos em um contexto informacional característico, com acesso a fontes de informação diferenciadas.

Além disso, pode servir de base para o desenvolvimento de novas pesquisas com usuários da informação. Há uma indicação de desenvolvimento de uma pesquisa que aponte para análises de comportamento informacional de ex-alunos que participaram de EJ e que, após a experiência, estão inseridos no mercado de trabalho. Com esse trabalho, pode-se tentar identificar quais indivíduos ainda mantêm o mesmo padrão de comportamento informacional, desde a EJ, e analisar quais novas fontes de informação ele teria mais acesso dentro do novo ambiente, seguindo os critérios de frequência, relevância e confiabilidade.

Por fim, acredita-se que o comportamento de busca e uso da informação, ainda em evolução, amplia um pouco mais suas perspectivas com essa pesquisa, pois, traz à tona, a realidade dos alunos das universidades brasileiras, diante das formas com que acessam as informações e como as usam para construir conhecimento, seja pelo aprendizado, pelo compartilhamento, ou mesmo para solucionar problemas.

## 6. REFERÊNCIAS

AUSTER, E.; CHOO, C. W. **Environmental Scanning: acquisition and use of information by managers**. Annual Review of Information Science and Technology, vol. 28, 1993.

\_\_\_\_\_. CEOs, information, and decision-making: scanning the environment for strategic advantage, **Library Trends**, v.43, n.2, p.206-225, Fall 1994.

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisa de Survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

BARBOSA, R. R. Acesso e necessidades de informação de profissionais brasileiros: um estudo exploratório. **Perspect. cienc. inf.**, Belo Horizonte, v. 2, n. 1, p. 5 - 35, jan./jun.1997.

\_\_\_\_\_. Monitoração ambiental: uma visão interdisciplinar. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 32, n. 4, p. 42 - 53, out./dez. 1997.

\_\_\_\_\_. Inteligência empresarial: uma avaliação de fontes de informação sobre o ambiente organizacional externo. **DataGramZero – Revista de Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.3, n.6, dezembro de 2002.

\_\_\_\_\_. Uso de fontes de informação para a inteligência competitiva: um estudo da influência do porte das empresas sobre o comportamento informacional. **R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf**, Florianópolis, n.esp., 1º semestre 2006.

BASTOS, J. S. Y., BARBOSA, R. R. O uso de fontes de informação por executivos do setor de tecnologia da informação. In: VI ENANCIB, 2005, Florianópolis, **Anais...**

BLAIS, Roger A (Ed.). **Creating innovative companies through spin-offs. In: Technological Entrepreneurship and Engineering in Canada.** The Canadian Academy of Engineering. Ottawa, 1997.

BRASIL JÚNIOR – CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS JUNIORES. **Conceito Nacional de Empresa Júnior.** Salvador, 2006. Disponível em: <http://uaua.ufba.br/brasiljr/>. Acesso em: 26 set. 2006.

BURKE, Ronald J. Information sources and their usefulness in a professional services organization. **Management Decision.** Volume 34, n. 1, p. 60-65, 1996.

\_\_\_\_\_. Information sources: is there a gender issue? **Corporate Communications: An International Journal.** Volume 6, n. 1, p. 7-11, 2001.

CAPURRO, Raphael; HJØRLAND, Birger. **The Concept of Information.** ARIST. White Plains, N.Y.: Knowledge Industry Publications, vol. 39, 2005.

CASE, Donald O. **Looking for Information: a survey research on information seeking, needs, and behavior.** San Diego, CA: Academic Press - Elsevier, 2002.

\_\_\_\_\_. **Information Behavior.** Annual Review of Information Science and Technology. White Plains, N.Y.: Knowledge Industry Publications, vol. 40, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura; vol. 1.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAGAS, Luciana de Deus. **Efetividade do Processo de Comunicação com Base na Teoria do Comportamento Informacional: O Caso de um Organismo Internacional da Área da Saúde Pública Sediado no Brasil.** 2006. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação e Documentação) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília. Brasília, 2006.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões.** São Paulo: Editora Senac, 2003.

\_\_\_\_\_. **The Knowing Organization: how organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions.** New York: Oxford, 2006.

CHOO, C. W.; DETLOR, B.; TURNBULL, D. Information Seeking on the Web: An integrated model of browsing and searching. In: ANNUAL MEETING OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE (ASIS). Nov. 1999. **Anais...**

CONVERSE, Jean M., PRESSER, Stanley. **Survey Questions: Handcrafting the Standardized Questionnaire.** Sage Publications, 1986.

COUPER, M. P., TRAUOGOTT, M. W., LAMIAS, M. J. Web Survey Design and Administration. **Public Opinion Quarterly**, vol. 65, p. 230-253, 2001.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da Informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação.** São Paulo: Futura, 1998.

DAVID, Denise E. H. **Intraempreendedorismo social: perspectivas para o desenvolvimento social nas organizações.** 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção e Sistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

DERVIN, B., NILAN, M. Information needs and uses. In: WILLIAMS, M. E. (Ed.) **Annual review of information science and technology.** White Plains, NY: Knowledge Industries, 1986. v.21, p. 3-33.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ELLIS, D. A. Behavioral approach to information retrieval system design. **Journal of Documentation**, London, v. 45, n. 3, p. 171–212, Sept. 1989a.

\_\_\_\_\_. A behavioral model for information retrieval system design. **Journal of Information Science**, Cambridge, n. 15, p. 237–247, 1989b.

\_\_\_\_\_; COX, D.; HALL, K. A comparison of the information seeking patterns of researchers in the physical and social sciences. **Journal of Documentation**, London, v. 49, n. 4, p. 356–369, 1993.

FARLEX INC. **The Free Dictionary by Farlex**. Dezembro de 2004. Disponível em: <http://www.thefreedictionary.com>. Acesso em: 27 set. 2008.

FEJEMG - FEDERAÇÃO DAS EMPRESAS JUNIORES DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Movimento Empresa Júnior**. Belo Horizonte [2005 – 2006] Disponível em: <http://www.fejemg.org.br/>. Acesso em: 26 set. 2006.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho, 1999.

GRAÇA, M.S.; PAIS, S. B. **Um espaço para a experiência prática no ensino de graduação: O caso da criação da Qualitas, a empresa júnior da Facamp**. IV Semead – USP, Março de 2003. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/6semead/ENSINO/021ENS%20-%20Um%20Espa%20E7o%20para%20a%20Experi%20pr%20E1tica.doc>. Acesso em: 12 jul. 2007.

HARPER, D. **Online Etymology Dictionary**. Novembro de 2001. Disponível em: <http://www.etymonline.com>. Acesso em: 27 set. 2008.



HUPFER, M. E.; DETLOR, B. Gender and Web Information Seeking: a self-concept orientation model. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 57, n. 8, p. 1105-1115, 2006.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. In: Inclusão Digital – Governo Federal. **IBGE divulga pesquisa sobre acesso à internet**. Março de 2007. Disponível em: <http://www.inclusaodigital.gov.br/inclusao/noticia/ibge-divulga-pesquisa-sobre-acesso-a-internet/> Acesso em: 28 set. 2008.

JULIEN, H.; DUGGAN, L. J. A Longitudinal analysis of the information needs and uses Literature. **Library & Information Science Research**, London, v. 22, n. 3, p. 291-309, 2000.

KUHLTHAU, Carol C. Inside the Search Process: Information Seeking from the User's Perspective. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 42, n. 5, p. 361-371, 1991.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean; trad. Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LEÃO, Izabel. Empresas juniores – criativas e crescendo cada vez mais. **Jornal da USP**, ano XII, n. 411, 1997.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. Brasília: Brique de Lemos, 2004.

LEMOS, Paulo; GRIZENDI, E. ; LOTUFO, R. Empreendedorismo, Empresas Juniores e Cadeia de Inovação: a Experiência de Pré-incubação da INOVA/UNICAMP. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS DE EMPRESAS, 15., 2005, Curitiba. **XV Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas**. Brasília: ANPROTEC, 2005.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing (Edição compacta)**. São Paulo: Atlas, 1996.

McDANIEL, C.; GATES, R. (tradução: James F. Suderland Cook; revisão técnica: Tânia Maria Vidigal Limeira). **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

McKECHNIE, E.F., Goodall, G.R., Lajoie-Paquette, D. and Julien, H. How human information behaviour researchers use each other's work: a basic citation analysis study. **Information Research**, 10(2) paper 220, 2005. Disponível em <http://InformationR.net/ir/10-2/paper220.html>. Acesso em: 15 mar. 2008.

MIRANDA, Silvânia. Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 35, n. 3, p. 99-114, set./dez. 2006

NAVES, Madalena M. L. Conceptual aspects of browsing in information retrieval. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 27, n. 3, 1998. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19651998000300005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651998000300005&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 26 Mar 2008. doi: 10.1590/S0100-19651998000300005

NIEDZWIEDZKA, Barbara. A proposed general model of information behaviour. **Information Research**, v. 9, n. 1, Oct. 2003. Disponível em: <http://InformationR.net/ir/9-1/paper164.html>. Acesso em: 04 dez. 2004.

NORMAN, O. G. The Impact of Electronic Information Sources on Collection Development: a Survey of Current Practice. **Library Hi Tech**. Issue 57-58 vol. 15, p. 123-132, 1997.

PEREIRA, F. C. M. **Uso de fontes de informação: um estudo em micros e pequenas empresas de consultoria de Belo Horizonte**. 2006. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2006.

PETTIGREW, Karen E; FIDEL, R; BRUCE H. Conceptual Frameworks in Information Behavior. **Annual Review of Information Science and Technology**. vol. 35, p. 43-78, 2001.

QUIVY R.; CAMPENHOUDT, L. V. (Tradução de: João Minhoto Marques e Maria Amália Mendes) **Manual de Investigação em Ciências Sociais**. Lisboa: Gradiva, 1ª edição, 1992.

SAMARA, Beatriz S.; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de Marketing – Conceitos e Metodologia**. 3ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SAVOLAINEN, R. **Every day life information seeking** in: Fisher et al (Editores). Theories of Information Behavior. ASIST, 2005.

SCHAMBER, L. Relevance and information behavior. **Annual Review of Information Science and Technology**, 29, 3-48, 1994

SOUZA, Gustavo C. de. Empresa Júnior: uma ferramenta facilitadora do processo de aprendizagem através da aplicação imediata de conceitos e teorias à realidade empresarial no ensino de administração no Brasil. **Revista ANGRAD**. Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração v.3, n.4 (out/dez. 2002), p.98-111

SPINK, A. Multitasking information behavior and information task switching: an exploratory study. **Journal of Documentation**. Vol. 60, No. 4, p. 336-351, 2004.

SPINK, A.; COLE, C. Human Information Behavior: Integrating Diverse Approaches and Information Use. **Journal of The American Society for Information Science and Technology**, 57(1): p. 25–35, 2006

TAYLOR, R.S. Information use environments. In: DERVIN, B. & VOIGT, M. (Eds.), **Progress in communication science**. Norwich, NJ: Ablex, 1991, p. 173-216

\_\_\_\_\_ Question-Negotiation and Information Seeking in Libraries. **College & Research Libraries**, 29(3), 1968, 178-194.

\_\_\_\_\_. Information Use Environments. In: AUSTER, E; CHOO, C.W. (Eds.) **Managing Information for Competitive Edge**. New York: Neal-Schuman, 1996, p. 93-135.

TOMAÉL, Maria Inês et. al. Avaliação de Fontes de Informação na Internet: critérios de qualidade. **Informação & Sociedade: estudos**, João Pessoa, v.11, n.2, p.13-35, 2001.

WILSON, T. D. Information Behaviour: An Interdisciplinary Perspective. **Information Processing & Management**, v. 33, n. 4, p. 551-572, 1997.

\_\_\_\_\_ Models in Information Behavior Research. **The Journal of Documentation**, v.55, n.3, 1999.

\_\_\_\_\_ Exploring models of information behaviour: the 'uncertainty' project. **Information Processing and Management**, v. 35, p. 839-849, 1999.

\_\_\_\_\_ Human Information Behavior. **Information Science Research**, v. 3, n. 2, 2000.

\_\_\_\_\_ Information seeking behaviour and the digital information world. **European Science Editing**, 30(3), 2004

\_\_\_\_\_ **Evolution in Information Behavior Modeling: Wilson's Model** in: Fisher et al (Editores). **Theories of Information Behavior**. ASIST, 2005.

## ANEXOS

### **Anexo 1: Conceito Nacional de Empresa Júnior**

Fonte: BRASIL JÚNIOR, Confederação Brasileira de Empresas Juniores. Disponível em <<http://www.brasiljunior.org.br>>, Acesso em 24 Jul 2006.

#### Capítulo I – Da definição

Artigo 1º - O “Conceito Empresa Júnior” é a definição utilizada para determinar as organizações que se caracterizam ou não como Empresa Júnior.

#### Capítulo II – Dos Aspectos Jurídicos e Tributários

Artigo 2º - Uma Empresa Júnior deverá estar registrada perante a Receita Federal e órgãos governamentais como uma pessoa jurídica, de direito privado, associação civil sem finalidades econômicas e com fins educacionais. Desta forma, toda a legislação e tributação federal, estadual e municipal inerente a esta classificação decairão sobre a Empresa Júnior.

Comentário: Isso visa adequar a Empresa Júnior ao Novo Código Civil e a legislação vigente, além de proporcionar às EJ os benefícios fiscais que tal classificação proporciona.

Artigo 3º - Não é considerada como Empresa Júnior aquela empresa que não tem seu estatuto registrado em cartório.

Comentário: O Estatuto é peça fundamental para a estruturação da Empresa Júnior e deve ser o mais genérico e abrangente possível, para que possa ser adaptado à realidade de cada EJ. Ele abrange sua atividade e finalidade, direitos e deveres dos membros, tempo de duração, eleições, organograma, entre outros.

Desde a aprovação do Conceito, a Brasil Júnior tem feito esforços com o fim de se criar dentro da classificação de Associação Civil Sem Fins Lucrativos a atividade econômica “Empresa Júnior”. A partir daí todas as Empresas Juniores terão um prazo para adequarem-se, registrando seu Estatuto com “Empresa Júnior” como sua atividade econômica, termo que será juridicamente válido. Assim, as Empresas Juniores terão novos códigos de CNPJ adequados a esta atividade.

Artigo 4º - Não é considerada como Empresa Júnior aquela empresa que não tem seu CNPJ próprio.

Comentário: O CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) próprio possibilita liberdade e independência à Empresa Júnior e aos seus integrantes para gerirem seus próprios atos sem interferências externas. Somente com o CNPJ próprio é possível a abertura de conta bancária em nome da EJ e do(s) seu(s) representante(s) legal(is).

Artigo 5º - Para o devido funcionamento da Empresa Júnior, a mesma deve possuir Nota Fiscal Própria.

Comentário: Trata-se de uma exigência legal para quem possui inscrição estadual. É possível conseguir isenção da inscrição, o que liberaria a EJ de emitir nota fiscal. No entanto, para efeito comercial, um cliente confia muito mais numa nota fiscal emitida do que num bloco simples de recibo comprado em papelaria. Dessa forma, é recomendável manter a inscrição estadual e conseqüentemente a nota fiscal, pois estas constituem uma segurança a mais para a relação entre o cliente e a Empresa Júnior.

Artigo 6º - Para o devido funcionamento da Empresa Júnior, suas instalações devem estar amparadas por um Alvará da Prefeitura.

Comentário: O Alvará atende a uma exigência legal e evita problemas com o local de funcionamento da Empresa Júnior. No caso das Instituições de Ensino que não conferem a todos os seus prédios um alvará, será necessário que a Empresa Júnior busque a autorização na Prefeitura de sua cidade.

### Capítulo III – Dos Aspectos Éticos

Artigo 7º - A Empresa Júnior deve ter como finalidades:

- A. promover o desenvolvimento técnico e acadêmico de seus associados
- B. promover o desenvolvimento econômico e social da comunidade, através de suas atividades
- C. fomentar o espírito empreendedor de seus associados
- D. promover o contato dos alunos com o mercado de trabalho
- E. promover o desenvolvimento pessoal e profissional de seus associados

Comentário Além destas finalidades, a Empresa Júnior poderá adaptar ou incluir outras de acordo com sua realidade, desde que não infrinja as Leis, o Código de Ética do MEJ ou o Conceito Nacional de Empresa Júnior.

Artigo 8º - A Empresa Júnior não pode ter como finalidades:

- A. captar recursos financeiros para a Instituição de Ensino através da realização dos seus projetos ou outras atividades
- B. captar recursos financeiros para seus integrantes através dos projetos ou outras atividades
- C. elevar o conceito do Curso e Instituição de Ensino diante do MEC e da sociedade
- D. realizar aplicações financeiras com fins de acumulação de capital

Comentário: Não deve ser finalidade de uma Empresa Júnior a elevação do Conceito da Instituição de Ensino perante o MEC. Isso visa evitar que Faculdades “montem” EJ sem a participação dos alunos e apenas com a finalidade de promover seus cursos, além de preservar o ideal de empreendedorismo estudantil de onde surgiu a idéia de Empresa Júnior.

Com relação à captação de recursos, uma Empresa Júnior não pode ser criada para gerar receita para sua Instituição de Ensino, muito menos para distribuir lucros dentre seus membros. Isso desvirtuaria as EJ de suas finalidades primordiais, descritas no artigo 7º. No entanto, os membros que atuam em projetos nas EJ podem ser remunerados e todos seus integrantes podem ser reembolsados de seus gastos que ocorrem em função do trabalho dentro da Empresa Júnior.

A aplicação de recursos com fins de acumulação de capital não é uma prática condizente com entidades sem finalidades econômicas, como as Empresas Juniores. Além disso, esta prática não atende a premissa básica de reinvestir os recursos das EJ em sua própria estrutura ou na capacitação, treinamento e desenvolvimento de seus integrantes. A medida também evita a aplicação dos recursos das EJ em investimentos de risco (como mercado de capitais), que poderia levar a perda de parte do valor aplicado.

Artigo 9º - A Empresa Júnior e suas entidades representativas não se envolverão com qualquer forma de ideologia e pensamento de partidos políticos.

Comentário: O MEJ – Movimento Empresa Júnior é um Movimento da Juventude político-apartidário. O MEJ não se envolve com nenhuma forma de ideologia e pensamento de partidos políticos. Não é missão do MEJ representar qualquer tipo de posicionamento político-partidário, mas sim desenvolver os alunos para torná-los cidadãos mais conscientes dos seus direitos e deveres, deixando-lhes o livre

arbítrio na defesa de suas opiniões políticas. Este posicionamento sempre foi uma premissa básica do MEJ no Brasil e preserva as Empresas Juniores de interesses distintos de seus ideais e do desgaste político junto ao poder público e a sociedade.

#### Capítulo IV – Dos Integrantes e da forma de participação dos mesmos

Artigo 10 - Somente alunos da Instituição de Ensino, graduação ou tecnológico, podem participar do quadro administrativo da empresa.

Comentário: Somente alunos de Instituições de Ensino (graduação ou tecnológico de nível superior) podem participar de uma Empresa Júnior. Com relação aos cursos tecnológicos, é permitido que estes "participem" do movimento, desde que a representação da EJ seja feita pelos seus membros (esta medida foi facilitada pelo Novo Código Civil, que diminuiu a maioria para 18 anos e permitiu àqueles com mais de 16 anos a emancipação). A questão dos alunos de cursos técnicos (de Ensino Médio) não poderem criar Empresas Juniores está diretamente ligada ao tempo de permanência dos mesmos em seus respectivos cursos, o que acarretaria numa rotatividade ainda maior do que já ocorre nas Empresas Juniores de cursos de nível superior, onde a média de duração dos cursos fica entre 4 e 5 anos.

É vedada, às Empresas Juniores, a existência de professores, alunos de pós-graduação ou pessoas externas aos cursos da Instituição de Ensino da qual a EJ é ligada, fazendo parte do seu quadro administrativo, ou seja, como membros efetivos, diretores ou gerentes de projetos. A equipe que realiza projetos poderá ser composta tanto por membros efetivos da Empresa Júnior como por outros alunos da faculdade, havendo obrigatoriamente no mínimo 1 (um) membro efetivo ou diretor da Empresa Júnior para acompanhar e gerenciar o projeto, a fim de que o mesmo saia com a qualidade requerida.

Artigo 11º - O aluno deve ter como vínculo com a Empresa Júnior: ou voluntariado ou estágio.

Inciso – O voluntariado e o estágio são regidos pelas leis nº 9602 (de 18 de fevereiro de 1998) e nº 6494 (de 07 de dezembro de 1977), respectivamente.

Comentário: Os tipos de vínculo permitidos dos alunos com a EJ são o voluntariado e estágio, não podendo haver em qualquer hipótese vínculo empregatício com carteira assinada. Em ambos os casos as EJ devem ter os termos (de estágio ou voluntariado) assinados por todos os seus membros e diretores. Isso torna legal a participação dos estudantes nas EJ e impede que ocorram problemas com a Justiça do Trabalho com relação a processos solicitando salários, benefícios ou caracterizando um vínculo empregatício.

Tanto as Instituições de Ensino Superior como as EJ podem conceder bolsas de estudo aos alunos participantes da Empresa Júnior. É uma forma (como as bolsas de pesquisa das IES) de permitir aos alunos com menor poder aquisitivo que participem do Movimento. Em momento algum bolsas devem ser consideradas critério para a admissão de membros dentro da EJ. Além do que, estas bolsas, se existirem, devem ser voltadas única e exclusivamente para ressarcir os gastos do estudante com seu trabalho na Empresa Júnior, e não como uma forma de remuneração, bônus ou prêmio.

Além dos integrantes, a EJ pode ter prestador de serviço contratado. Serviços como office-boy, secretária, contador e advogado, podem ser contratados ou terceirizados, para facilitar os trabalhos da EJ, pois não interferem no aprendizado esperado, que é aplicar conhecimentos técnicos e adquirir ou aperfeiçoar técnicas administrativas. Os serviços acima mencionados permitem à EJ trabalhar mais profissionalmente, dando mais atenção aos projetos e à gestão da empresa. No caso de um contador, os membros da Empresa Júnior poderão realizar a contabilidade da mesma apenas caso, no fim, haja a assinatura de profissional de contabilidade, habilitado no CRC, por ser esta uma exigência jurídica.

## Capítulo V – Dos projetos realizados pela Empresa Júnior

Artigo 12º - Só podem ser executados projetos que façam parte do currículo teórico dos cursos ligados à Empresa Júnior.

Comentário: Seria incoerente termos Empresas Juniores de Administração desenvolvendo projetos de Engenharia Civil, ou EJ de Química realizando projetos de Economia. Este artigo busca assegurar a qualidade dos projetos desenvolvidos e estimular a aplicação prática da teoria ensinada na faculdade.

Artigo 13º - Todos os serviços prestados a clientes por uma Empresa Júnior devem receber orientação em sua totalidade.

Inciso – Orientação: Acompanhamento crítico, o qual deve provir preferencialmente de professores da Instituição de Ensino à qual a Empresa Júnior está ligada. Na falta de professores dispostos a orientar estes projetos, a Empresa Júnior poderá recorrer a profissionais de nível superior devidamente habilitados na área do projeto.

Comentário: Esta orientação deverá provir preferencialmente de professores da Faculdade à qual a Empresa Júnior está ligada. Na falta de professores dispostos a orientar projetos da Empresa, a mesma poderá recorrer a profissionais (técnicos ou graduados) ou a professores alheios a IES, desde que devidamente habilitados na área requerida.

O orientador poderá ser remunerado, seja por um valor fixo por projeto orientado, seja por uma porcentagem, ou qualquer outra forma definida entre a Empresa Júnior e a Instituição de Ensino à qual a Empresa Júnior está ligada.

Artigo 14º - A Empresa Junior deve focar seus projetos para o público de micro empresas e empresas de pequeno porte.

Comentário: Devido às características que envolvem as Empresas Juniores, como o fato de funcionarem dentro de Instituições de Ensino, de não terem fins lucrativos, de serem compostas por estudantes que na maioria das vezes não recebem remuneração financeira, se as Empresas Juniores passarem a realizar projetos apenas para grandes empresas, o Movimento Empresa Júnior correria o risco de “canibalizar” o mercado de trabalho de seus próprios membros. Os empresários juniores poderiam ser utilizados como mão-de-obra barata ao atingir um mercado que pode pagar o serviço das consultorias tradicionais. Além disso, as micro e pequenas empresas representam um nicho de mercado que normalmente não têm acesso ou não consegue pagar por uma consultoria. Isso ressalta o papel social que o Movimento Empresa Júnior possui no auxílio a empreendedores de menor porte.

Entretanto, o fato do foco principal de uma Empresa Júnior serem profissionais liberais, micro e pequenos empresários, isso não impede que ela realize projetos para médias e grandes empresas, já que estes normalmente proporcionam um aprendizado bastante elevado e um percentual de reinvestimento acima da média. Além disso, deve-se levar em conta as especificidades de cada curso, de modo que alguns só terão condições de atender em sua maioria clientes de médio e grande porte (Exemplo: Engenharia Química), ou o governo (Exemplo: Ciências Sociais).

## Capítulo VI – Dos Aspectos Acadêmicos

Artigo 15º - A existência da Empresa Júnior deve ser reconhecida formalmente como tal pela Instituição de Ensino.

Comentário: O reconhecimento formal confirma o vínculo da Ej a pelo menos um curso, permitindo um maior controle aos órgãos representativos do movimento. Além disso, evita que trocas de gestão nas



EJ ou nas Instituições de Ensino tornem-se problemáticas em função da inexistência de um relacionamento formal entre ambas. Dependendo de cada Instituição o trabalho na Empresa Júnior poderá ser reconhecido, além de própria atividade, como bolsa, estágio, projeto de extensão, créditos e etc.

#### Capítulo VII – Dos Aspectos Internos

Artigo 16º - A eleição dos órgãos deliberativos e administrativos deve ser feita por eleição direta, exceção feita aos casos de vacância temporária dos mesmos.

Comentário: Um processo democrático significa que não poderá haver simplesmente indicação da nova diretoria por parte da diretoria que está saindo. Isto deve ser observado a fim de que se tenham garantias mínimas de que aqueles que assumirão a direção da Ej ali estarão por desejo da maioria dos membros da Empresa Júnior, e não apenas por questões pessoais. Quanto à eleição ser por cargo ou chapa ou por diferentes pesos de voto para diretores e membros, isto fica a cargo de cada Ej em particular.

Artigo 17º - A maioria dos recursos da Empresa Júnior deve provir de serviços prestados.

Comentário: Visa garantir que todas as Empresas Juniores sejam auto-sustentáveis através da realização de seus projetos e serviços, evitando a dependência financeira da Instituição de Ensino, de patrocínios institucionais ou de seus membros. Naturalmente, parte dos recursos de uma Ej podem provir de parcerias, doações, eventos e outros. Ressalta-se também a exceção para o caso especial que representam as EJ recém formadas, que normalmente no início de suas atividades enfrentam dificuldades para realizarem projetos e acabam tornando-se mais dependentes.

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Brasil Júnior está à disposição para esclarecer qualquer ponto referente ao Conceito Nacional de Empresa Júnior. As dúvidas e sugestões devem ser encaminhadas para a Diretoria Administrativo-Financeira, através do e-mail [administrativo@brasiljunior.org.br](mailto:administrativo@brasiljunior.org.br) .

Se sua Ej ainda não está adequada ao Conceito Nacional, procure o mais breve possível a Federação de seu Estado e encaminhe à Confederação o problema enfrentado. As Federações e a Brasil Júnior estarão trabalhando para auxiliar as EJ que enfrentam problemas para adequarem-se ao Conceito.

Atenciosamente,

Diretoria Executiva 2003/2004

Leonardo Pereira Cassol

Diretor Presidente da Brasil Júnior – gestão 2003/2004

## Anexo 2. Quadro das empresas juniores federadas à Brasil Júnior

EMPRESAS JÚNIORS 2004-2005					
No	Federação	UF	Empresa Júnior	IES	Curso
1			1 ADAM	UNB	Administração
2			2 Aladen	UNB	Enfermagem
3			3 Concreta	UNB	Engenharia Civil
4			4 Conex	Católica	Relações Internacionais
5			5 ConsultCon	UNB	Contabilidade
6			6 Dinovemima	UNB	Publicidade
7			7 Domani	UNB	Relações Internacionais
8			8 EconBut	UNB	Economia
9			9 Estal	UNB	Estatística
10			10 Mecajun	UNB	Engenharia Mecânica
11			11 Praxis	UNB	Psicologia
12			12 Projetos	UNICEUB	Administração
13			13 Securis	UNB	Sociologia
14			1 Agro Jr	UEMA	Agronomia
15			2 Connection	UFMA	Computação
16			3 E3AD	UEMA	Administração
17			4 E3ECON	UFMA	Economia
18			5 E3EL	UFMA	Engenharia Elétrica
19			6 Laborat	UFMA	Turismo
20			7 Multiplas Jr	UNICEUMA	Administração e Contabilidade
21			8 UNDB Jr	UNDB	Administração, Contabilidade e Turismo
22			1 ADM Soluções	UECE	Administração
23			2 Consultec	UFC	Engenharia Civil
24			3 Coraq	UFC	Engenharia de Pesca
25			4 Dinamica	UNIFOR	Psicologia
26			5 Ecomunicação	UFC	Comunicação Social
27			6 Gauss	UFC	Estatística
28			7 Inova	UFC	Administração, Atuariais, Contabilidade, Economia e Secretariado
29			8 Laboratorio de Estilo	UFC	Estilismo e Moda
30			9 Metas	UFC	Engenharia Mecânica
31			10 Tecsys	UFC	Engenharia Elétrica
32			1 Economia/A	UFPI - Campus I	Economia
33			2 E3a	UFPI - Campus I	Administração
34			3 E3Cont	UFPI - Campus I	Contabilidade
35			4 E3tur	UFPI - Campus I	Turismo
36			5 Engaja	UFPI - Campus I	Engenharia de Alimentos
37			6 Mpa Engenharia Jr	UFPI - Campus I	Engenharia Civil
38			7 Tec Mec	UFPI - Campus I	Engenharia Mecânica
39			8 Traco Livre	UFPI - Campus I	Arquitetura
40			1 A.C.E Consultoria	UFPE	Administração, Contabilidade, Economia, Secretariado e Serviço Social
41			2 Afirmitiva Junior	UFPE	Administração
42			3 Biofera Junior	UFPE	Ciências Biológicas e Ciências Ambientais
43			4 C3TI	UFPE	Computação
44			5 E3thos Junior	UFPE	Psicologia
45			6 FACHO Junior	FACHO	Psicologia e Turismo
46			7 FCAP Junior	UFPE	Administração
47			8 Plantur Junior	UFPE	Turismo e Hotelaria
48			9 UFPE Junior	UFPE	Publicidade e Comunicação
49			10 UNB 20UFES	UFES	Administração
50			2 ADM UFBA	UFBA	Administração
51			3 CIA JÚNIOR	UESC	Administração
52			4 Conair Jr	UNESA	Computação
53			5 ENGETOP	UFBA	Engenharia Civil
54			6 Infor Jr	UFBA	Computação
55			1 JENKES	Faculdade Objetivo	Multidisciplinar
56			2 Ulbra Junior	Cely/Ulbra	Multidisciplinar
57			3 Empresa Júnior da UNIRG	UNIRG	Administração e Contabilidade
58			1 Acesso	UFJF	Comunicação Social
59			2 Apoio	UFU	Administração
60			3 CACE	UFV	Administração
61			4 CAMPE	UFJF	Administração e Economia
62			5 CRE	UFMG	Engenharias Elétrica e de Controle e Automação
63			6 CRIA	UFMG	Comunicação Social
64			7 SJESC	UFV	Economia
65			8 Farmacia Junior	UFMG	Farmácia
66			9 IBMEC	IBMEC	Administração e Economia
67			10 Informatica Junior	UFMG	Computação
68			11 MASCJ	Machado Sobrinho	Administração e Contabilidade
69			12 No Bags	UFV	Computação
70			13 Produção Junior	UFMG	Engenharias Mecânica e de Produção
71			14 Promove Junior	Faculdade Promove	Administração
72			15 Rumos	UFJF	Turismo
73			16 UFMG Consultoria Junior	UFMG	Administração, Contabilidade e Economia
74			17 UNA JUNIOR	UNA	Administração, Comércio Exterior e Com. Social
75			1 UNIA	UNIA	Administração, Contabilidade e Economia
76			2 Cafet Jr	CEFET	Multidisciplinar - Engenharia e Administração
77			3 Economias	UE RJ	Economia
78			4 E3CM	UFU	Computação
79			5 E3em Jr	RESPM	Administração e Marketing
80			6 E3luno	UF RJ	Multidisciplinar - Engenharia
81			7 E3gama Jr	UFG	Multidisciplinar - Adm., Eng., de Produção, Inf., e Prop. e Mark.
82			8 Hidros	UE RJ	Multidisciplinar - Engenharia
83			9 IBMEC Jr	IBMEC	Administração
84			10 Iniciativa Jr	UE RJ	Administração e Contabilidade
85			11 Meta	UFF	Multidisciplinar - Engenharia
86			12 Opção	UFF	Economia
87			13 Pacto	UFF	Administração, Contabilidade e Turismo
88			14 Pisonant	Estácio de S4	Psicologia
89			15 Educação Química	UFF	Engenharia Química
90			1 3E	UNICAMP	Engenharia Elétrica
91			2 Agrobiologia	UNICAMP	Engenharia Agrícola
92			3 E3CONEC	UNICAMP	Eng. e Ciências de Computação
93			4 ECA Junior	USP	Publicidade, Relações Públicas e Turismo
94			5 E3econômica	UNICAMP	Economia
95			6 E3ESP Junior	USP	Multidisciplinar - Arquitetura e Engenharia
96			7 E3FGV	FCV	Administração e Economia
97			8 E3 São Judas	USJT	Multidisciplinar
98			9 E3UR	UNESP	Direito
99			10 Escola Junior	USP	Multidisciplinar
100			11 ESPM Junior	ESPM	Administração e Comunicação Social
101			12 Estal Junior	UNICAMP	Administração
102			13 Fama Junior	USP	Farmácia
103			14 F3ECCO Junior	PSA	Multidisciplinar
104			15 FATEC Junior	FATEC-SP	Curso Tecnológico
105			16 FEA Junior USP	USP	Administração, Contabilidade e Economia
106			17 G3PIA	UNICAMP	Engenharia de Alimentos
107			18 IC3M Junior	USP	Computação e Matemática
108			19 ITA Junior	ITA	Multidisciplinar
109			20 Junior Pública	FCV	Terceiro Setor e Administração Pública
110			21 Junior Trevisan	Trevisan	Administração e Economia
111			22 Mecatron	UNICAMP	Engenharia Mecatrônica
112			23 Motriz	UNICAMP	Engenharia Mecânica
113			24 Odonto USP Jr.	USP	Odontologia
114			25 ROL Junior	USP	Multidisciplinar (Engenharia)
115			26 PROJEC	UNICAMP	Arquitetura e Engenharia Civil
116			27 PROPEQ	UNICAMP	Engenharia Química
117			28 Qualitas	FACANPE	Administração e Economia
118			29 Uniará Junior	UNIARA	Multidisciplinar
119			1 Business Consultoria	UEL	Administração
120			2 CC3M Jr	UFPR	Engenharia Mecânica
121			3 E3 Ambiental	UFPR	Engenharia Ambiental
122			4 3R Consultoria	UFPR	Administração
123			5 Junior Design	UFPR	Design
124			6 Tribas	UFPR	Turismo
125			1 Ação Junior	UFSC	Administração
126			2 Agência Junior	Faculdades Univest	Multidisciplinar
127			3 A3con Junior	Unival	Contabilidade
128			4 Auto Jun	UFSC	Engenharia de Controle e Automação
129			5 CRE	UFSC	Engenharia Elétrica
130			6 G3tech	UFSC	Farmácia (Multidisciplinar)
131			7 I3C3naq Junior	UFSC	Engenharia Química e Alimentos
132			8 I3connect Junior	Unochapacó	Administração
133			9 E3 Jussé	UNESP	Engenharias
134			10 E3EP	UFSC	Engenharias de Produção
135			11 E3ESAM	UFSC	Engenharia Ambiental
136			12 P3 CONSULTORIA	UFSC	Engenharia Mecânica
137			13 E3EC	UFSC	Engenharia Civil
138			14 ESAG Junior	ESAC	Administração
139			15 Modelo Consultoria	Estácio de S4	Administração
140			16 Nura Junior	UFSC	Música

### **Anexo 3. Questionário da pesquisa**

#### **COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DOS PARTICIPANTES DE EMPRESAS JUNIORES (EJ) NO BRASIL**

Para responder ao questionário abaixo, considere as suas experiências como participante de uma Empresa Júnior (EJ). Para cada pergunta é apresentada uma série de alternativas. Conto com a sua colaboração para o preenchimento deste questionário. É IMPORTANTE QUE TODOS OS ÍTENS SEJAM RESPONDIDOS (INCLUSIVE O CAMPO "OUTROS"), SENÃO O SISTEMA NÃO IRÁ VALIDAR AS RESPOSTAS. SE NÃO HOUVER "OUTROS", MARQUE-O COMO "NÃO SE APLICA". Obrigado por sua participação.

#### **1. COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ USA CADA UMA DAS FONTES DE INFORMAÇÃO ABAIXO PARA MELHORAR NA EFICIÊNCIA DE ALGUMA TAREFA SOLICITADA NA EJ?\***

	Menos de uma vez ao ano	Algumas vezes ao ano	Pelo menos uma vez ao mês	Pelo menos uma vez por semana	Pelo menos uma vez ao dia	Não sei / não se aplica
Conversa com os colegas da EJ						
Conversa com os professores						
Troca de e-mails com os colegas						
Troca de e-mails com os professores						
Listas de discussões na internet						
Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)						
Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade						
Leitura de jornais ou revistas via web						
Leitura de livros da área						
Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc.)						
Acesso e leitura em sites especializados da área						
Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)						
Acesso a informações restritas no site da faculdade / universidade (intranet ou extranet)						
Palestras e debates (eventos na área)						
Outros, favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei./ não se aplica")						

#### **2. POR FAVOR, DETERMINE QUAL O GRAU DE RELEVÂNCIA PARA AS FONTES DE INFORMAÇÃO ABAIXO RELACIONADAS. UMA INFORMAÇÃO É RELEVANTE QUANDO É NECESSÁRIA E ÚTIL PARA O ALCANCE DOS OBJETIVOS E METAS DA EJ.\***

	Extremamente relevante	Relevante	De alguma relevância	Irrelevante	Totalmente irrelevante	Não sei / não se aplica
Conversa com os colegas da EJ						
Conversa com os professores						
Troca de e-mails com os colegas						
Troca de e-mails com os professores						
Listas de discussões na internet						
Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)						
Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade						
Leitura de jornais ou revistas via web						
Leitura de livros da área						
Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc.)						
Acesso e leitura em sites especializados da área						
Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)						
Acesso a informações restritas no site da faculdade / universidade (intranet ou extranet)						
Palestras e debates (eventos na área)						
Outros, favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não se i/ não se aplica")						

**3. POR FAVOR, DETERMINE ABAIXO QUAL O GRAU DE CONFIABILIDADE DA INFORMAÇÃO OBTIDA EM CADA UMA DAS FONTES DE INFORMAÇÃO. UMA INFORMAÇÃO É CONFIÁVEL QUANDO É PROVENIENTE DE UMA FONTE IDÔNEA E PODE SER UTILIZADA COMO BASE PARA SE EXECUTAR UMA TAREFA NA EJ.\***

	Nem um pouco confiável	Pouco confiável	Confiável	Muito confiável	Extremamente confiável	Não sei / não se aplica
Conversa com os colegas da EJ						
Conversa com os professores						
Troca de e-mails com os colegas						
Troca de e-mails com os professores						
Listas de discussões na internet						
Leitura de e-mails recebidos após cadastro (newsletter, e-mail marketing, etc.)						
Leitura de jornais ou revistas da sua área de especialidade						
Leitura de livros da área						
Procura em sites de busca (Google, Yahoo, etc)						
Acesso e leitura em sites especializados da área						
Conversa via mensagens instantâneas (MSN, Yahoo, Google Talk, etc.)						

Leitura de jornais ou revistas via web						
Acesso a informações restritas no site da faculdade / universidade (intranet ou extranet)						
Palestras e debates (eventos na área)						
Outros, favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei / não se aplica")						

**4. COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ USA AS INFORMAÇÕES OBTIDAS A PARTIR DAS FONTES ACIMA PARA:\***

	A todo momento	Todos os dias	Toda semana	Todo mês	Todo semestre	Não sei / não se aplica
Compartilhamento (trocar informações com outras pessoas)						
Armazenamento ( <i>back up</i> )						
Solução de problemas						
Desenvolvimento de projetos						
Atendimento a clientes						
Aprendizado						
Outros, favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei / não se aplica")						

**5. QUAL O GRAU DE IMPORTÂNCIA DAS INFORMAÇÕES OBTIDAS A PARTIR DAS FONTES ACIMA PARA:\***

	Muito importante	Importante	De alguma importância	Sem importância	Totalmente sem importância	Não sei / não se aplica
Compartilhar (trocar informações com outras pessoas)?						
Armazenar (fazer <i>back up</i> )?						
Solucionar problemas?						
Desenvolver projetos?						
Atender aos clientes?						
Aprender?						
Outros, favor especificar. (Se não houver "outros", responda como "não sei/ não se aplica")						

**6. EM QUE MEDIDA AS INFORMAÇÕES OBTIDAS A PARTIR DAS FONTES ACIMA CONTRIBUÍRAM PARA MELHORAR O SEU DESEMPENHO DENTRO DA EJ?\***

- Extremamente
- Muito
- Indiferente

- Pouco
- Muito pouco
- Não sei / não se aplica

**7. QUE NÍVEL DE DIFICULDADE VOCÊ ENCONTRA PARA TER ACESSO ÀS FONTES DE INFORMAÇÃO ACIMA?\***

- Muito difícil
- Difícil
- Medianamente difícil
- Fácil
- Muito fácil
- Não sei / não se aplica

**8. SEXO:**

- Masculino
- Feminino

**9. IDADE:\***

- 17 ou 18 anos
- 19 a 21 anos
- 22 a 25 anos
- Acima de 25 anos

**10. QUAL O NOME DA FACULDADE / UNIVERSIDADE ONDE VOCÊ ESTUDA?\***

**11. QUAL É O NOME DO CURSO DE GRADUAÇÃO QUE VOCÊ FAZ?\***

**12. HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ PARTICIPA DA EJ NA FACULDADE / UNIVERSIDADE ONDE ESTUDA?\***

- Menos de 1 semestre
- 1 semestre

- 2 semestres
- 3 semestres
- 4 semestres
- Mais de 4 semestres

**13. IDENTIFIQUE, DE ACORDO COM AS OPÇÕES ABAIXO, QUAL É O SEU PRINCIPAL PAPEL DENTRO DA EJ ONDE VOCÊ TRABALHA. POR FAVOR, MARQUE APENAS A OPÇÃO QUE VOCÊ CONSIDERA COMO A PRINCIPAL.\***

- Organização (planejamento das atividades ou de projetos)
  - Criatividade (responsável por idéias para melhorar processos ou para novos produtos)
  - Liderança (liderar algum trabalho)
  - Produção (operacional, executar os trabalhos ou projetos)
  - Outro (escreva no espaço abaixo)
- 

**14. EM MÉDIA, QUANTO TEMPO VOCÊ SE DEDICA ÀS ATIVIDADES RELATIVAS A EJ, DIARIAMENTE?\***

- Menos de 1 hora
- 1 hora
- 2 horas
- 3 horas
- 4 horas
- Mais de 4 horas

**15. DE ACORDO COM O SETOR DA ATIVIDADE, QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CLIENTES DA EJ ONDE VOCÊ TRABALHA?\***

- Comércio
  - Indústria
  - Prestadores de serviço
  - Instituição de ensino (demanda interna da faculdade / universidade)
  - Serviço público / governamental
  - Associações, sindicatos, federações, ONGs, etc.
  - Outros (escreva no espaço abaixo)
-

**16. VOCÊ JÁ PARTICIPOU DE OUTRAS EJ?\***

Sim

Não

**17. ESCREVA, NO ESPAÇO ABAIXO, OS COMENTÁRIOS E OBSERVAÇÕES QUE ACHAR NECESSÁRIOS.**



**Anexo 4. Print screen (tela impressa) do makesurvey.net**

MakeSurvey.net  
Online survey management system

<< RETURN TO PORTAL

**Surveys** Survey management system

Show only active surveys

Name	Filled	Max fills
Comportamento Informacional dos participantes de Empresas Juniores (	271	800

Title:  Max fills:

Instruction: 
 Layout:

Address:

Published
  Disable cookies
  Auto Page Break

www.baltsoft.com  
 Do you want to install MakeSurvey to your server? [More info](#)