

# ESTUDO DE USUÁRIOS DE *WEB E-MAIL*: A BUSCA PELA INFORMAÇÃO ATRAVÉS DOS PORTAIS ELETRÔNICOS

GABRIELLE FRANCIINNE DE SOUZA CARVALHO\*

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar dois tipos de abordagem – tradicional e alternativa – utilizadas nos estudos de usuário. Para isso, adotaram-se os instrumentos de coleta de dados adequados a cada tipo de abordagem: o questionário, na abordagem tradicional, e a entrevista, na abordagem alternativa. Percebeu-se que o primeiro não permitiu estabelecer um diálogo mais estreito com o usuário, devido à limitação das respostas, uma vez que já estavam definidas. Já a entrevista possibilitou conhecer com mais detalhes as necessidades informacionais de cada usuário e como se efetiva seu processo de busca e uso. Assim, verificou-se através de quais portais eletrônicos os usuários buscam essa informação, procurando entender se esses portais são os mesmos que possuem, vinculados, os provedores dos *e-mails* desses usuários, visto que esses portais eletrônicos deveriam possibilitar também o suprimento de suas necessidades informacionais. Concluiu-se que a maioria dos sujeitos desta pesquisa não utiliza, por diversos motivos, seus provedores de *e-mail* principal para buscar informação. A partir dos resultados, observou-se que a primeira abordagem não reconhece as necessidades individuais de cada usuário, limitando-se à objetividade de um tratamento estatístico. Em contrapartida, a segunda abordagem reconhece a subjetividade e as necessidades desses usuários.

**PALAVRAS CHAVE:** Acessibilidade; usuários de *web e-mail*; abordagem tradicional; abordagem alternativa.

## ABSTRACT

This study aims to analyze two types of approach – traditional and alternative – for user studies. The instruments for data collection that were appropriate to each type of approach were: the questionnaire, in the traditional approach, and the interview, in the alternative one. As a result, the former failed to establish a closer dialogue with the user, due to the limitation of the answers, since they were defined. Unlike the questionnaire, the interview enabled meeting in more details the informational needs of each user, and understanding the way the process of search and use is done. Thus, electronic portals through which users seek information were verified in order to evidence if such portals are the same ones providing the web e-mails of users, since these electronic

---

\* Acadêmica do curso de Biblioteconomia da UFMG. E-mail: gfrancinne@bol.com.br

portals should also enable the supply of their informational needs. In conclusion, most of the subjects of this research does not use, for various reasons, their providers and primary email to search information. The results showed that the first approach does not recognize the individual needs of each user, as they are merely the objectivity of a statistical treatment. In contrast, the second approach recognizes the subjectivity and thus the needs of users.

**KEYWORD:** Accessibility, users of web e-mail, traditional approach, alternative approach.

## 1 – INTRODUÇÃO

Os estudos de usuários são norteados por diferentes abordagens, assim, para analisá-las dividimos nossa pesquisa em duas partes, as quais foram realizadas sob os vieses paradigmáticos da abordagem tradicional, na primeira parte, e da abordagem alternativa, na segunda parte.

A abordagem tradicional, embasada pela corrente positivista<sup>1</sup> e, por conseguinte, pela ciência moderna, recorre aos mesmos métodos utilizados nas ciências naturais (Exatas e Biológicas) ante os fenômenos sociais e humanos, como lembra Araújo (2007). A ciência moderna (século XVII ao XIX) elege a Física como a “rainha das ciências”, dando à linguagem matemática o caráter fundamental de reguladora da realidade, que é tida como exterior ao homem. Essa valorização da matemática decorre de dois aspectos:

1. A idealidade pura de seus objetos, que não se confundem com as coisas percebidas subjetivamente por nós; os objetos matemáticos são universais e necessários. 2. A precisão e o rigor dos princípios e demonstrações matemáticos, que seguem regras universais e necessárias, de tal modo que a demonstração de um teorema seja a mesma em qualquer época e lugar e a solução de um problema se faça pelos mesmos procedimentos em toda época e lugar (CHAUI, 2003, p. 261).

Seguindo essa direção, os fenômenos sociais passam a ser regulados pelos mesmos fundamentos das “leis universais” das ciências naturais. Assim, os estudos de usuários<sup>2</sup> apresentam essa mesma lógica, ocasionando generalizações nos resultados das pesquisas, os

---

<sup>1</sup> O modelo positivista tem início no século XVIII, tendo como seu precursor Augusto Comte.

<sup>2</sup> Para Araújo (2007), Choo (2003) e Cunha (1982), os estudos de usuários iniciam-se na década de 1940, mas especificamente voltados para os usuários de informação científica e tecnológica, visto que o termo estudo de usuários (*user studies*) só começou a ser indexado na década de sessenta no *Library Literature*.

quais provocam uma visão simplista do usuário que ignora “a vida interior que escapa à observação primária” (MINAYO, 2000, p. 44). Por conseguinte, o sujeito é tratado como números e suas respostas serão apresentadas e confirmadas pelas tabelas e gráficos. Desse modo, é exaurido de sua individualidade, aquilo que lhe faz único como ser humano dotado de emoções, experiências, características peculiares a sua existência. Diante disso, os estudos de usuários tendem a ser mais quantitativos, em virtude da busca pela “aclamada” objetividade.

Com o intuito de verificar essa abordagem, que muito fez uso do questionário como instrumento de coleta de dados, elaborou-se um questionário composto de dezessete perguntas fechadas, que foram elaboradas com a finalidade de abordar as questões que frequentemente guiaram essa abordagem. Deste modo buscou-se identificar o perfil dos usuários, quais as fontes de informação utilizadas, neste caso, quais são os portais utilizados para recuperar a informação, assim como verificar os hábitos e interesses dos usuários, mensurar o grau de satisfação com os portais eletrônicos e a frequência de acesso.

Se o questionário apresenta suas vantagens na coleta de dados e interpretação dos mesmos, isso é fruto da desvantagem de reduzir o sujeito de sua singularidade, não lhe permitindo expor sua contribuição, devendo ele marcar somente a resposta proposta pelo pesquisador. Essa rigidez provocada pelas perguntas-respostas já estabelecidas não permite que o usuário contribua com o porquê de tal escolha.

Então, para dar conta de “preencher a lacuna”, surgem, na década de 1990, os primeiros estudos apoiados na abordagem alternativa, como ressalta Baptista (2007). Esses estudos têm como objetivo estabelecer um diálogo mais estreito com os usuários, que apresentam necessidades cognitivas, emocionais e situacionais, que antes eram desprezados. Deste modo, o usuário dotado de sua individualidade passa a ser o ponto principal dos estudos atribuindo ativamente significado à informação.

Portanto, para captar as emoções dos usuários, os aspectos subjetivos, a abordagem alternativa utiliza-se mais da entrevista como instrumento de coleta de dados, já que permite ao pesquisador captar as emoções do entrevistado. Para aplicar seus princípios, elaborou-se um roteiro estruturado<sup>3</sup> composto de dez questões, visando a compreender quais são as necessidades da informação e como se dá o processo de busca e uso. O roteiro foi aplicado a oito usuários, os mesmos que fizeram parte da primeira etapa deste trabalho.

---

<sup>3</sup> Consiste em um esboço de perguntas que segue a sequência já definida pelo pesquisador.

## 2 – PRIMEIRA ETAPA – ABORDAGEM TRADICIONAL

O questionário foi enviado por *e-mail* a 80 alunos do 4º período e 3º período dos cursos de Biblioteconomia e Sistema de Informação, ambos da UFMG. Este instrumento de coleta de dados apresenta facilidade de aplicação, podendo ser respondido e enviado ao pesquisador via *e-mail*, o que não implica que todos responderão à pesquisa. Assim, obteve-se, no prazo estipulado, o retorno de somente 65 questionários respondidos, o que corresponde a 81%.

Permitindo-nos, então, fazer as observações condizentes com esta abordagem, desse modo nos munimos do “espírito positivista”<sup>4</sup> para a confecção das perguntas tradicionalmente realizadas, bem como nos centramos também neste momento nas questões relativas ao sistema, as quais podem ser detectadas como os dados obtidos que apresentam “(...) uma aplicação imediata, ao provimento de dados (como um diagnóstico) para intervenções que promovessem melhoria nos serviços oferecidos” (ARAÚJO, 2007, p. 88).

Porém, não temos aqui o objetivo de mostrar todas as dez respostas tabuladas, com seus respectivos gráficos. Serão desprezadas as questões que visam identificar o perfil do usuário, por exemplo, sexo, idade, grau de escolaridade, atributos tão utilizados nessa abordagem e que, conforme Ferreira (1996, p. 221), “não são indicadores potenciais do comportamento de busca e uso da informação”. Assim posto, revelaremos as respostas que se fazem essenciais para o entendimento do objetivo inicial: verificar quais portais eletrônicos os usuários utilizam para recuperar a informação e se esses portais são os mesmos aos quais possuem vinculados seus provedores de *e-mail*, uma vez que o portal eletrônico que o abriga deve possibilitar o suprimento das necessidades informacionais do usuário, sem que este necessite sair do portal.

Portanto, é de suma importância destacar que a maioria dos usuários (89%) possui mais de um *e-mail*, sendo que 35% dos usuários possuem dois *e-mails*, 26% têm a três *e-mails*, 16% têm quatro *e-mails* e 23% declaram ter mais de quatro. Nenhum dos usuários possui *e-mail* do portal Terra; 31% têm seus *e-mails* vinculados ao Hotmail, e 24% ao Gmail. A maioria dos usuários acessa seus *e-mails* diariamente (88%) e uma minoria igual a 3% acessa raramente.

---

<sup>4</sup> Para Araújo (2007, p. 87), esse “espírito positivista” apresenta entre outras características “a necessidade de ‘medir’ o comportamento dos usuários. A maior parte dos estudos realizados na abordagem tradicional de estudos de usuários utiliza-se como técnica de coleta de dados o questionário, normalmente composto por perguntas com o objetivo de quantificar hábitos de comportamento de busca e uso da informação e verificar frequências de acesso e graus de satisfação”.

GRÁFICO 1 – você tem mais de um e-mail?

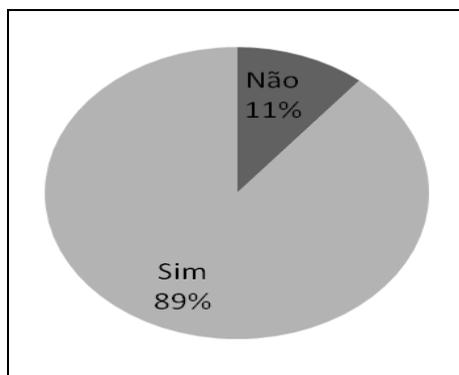


GRÁFICO 2 – Se sua resposta é SIM, quantos e-mails você possui?

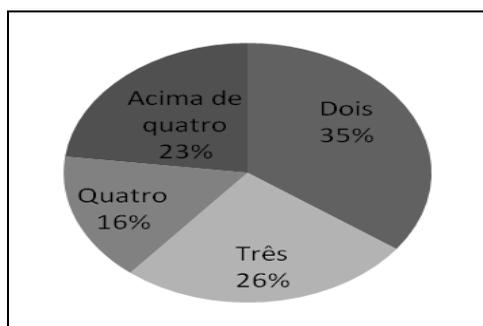
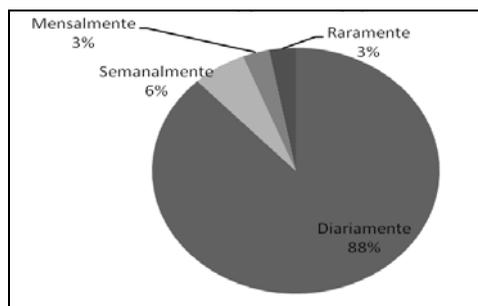


GRÁFICO 3 – Com qual frequência você acessa seu(s) e-mail(s)



Nota-se que a maioria das pessoas não utiliza seu provedor de e-mail principal para buscar informação, pois as percentagens diminuíram, quando a variável referia-se à busca no e-mail principal, tendo exclusivamente o aumento do portal Terra para recuperar informações, com 18%, sem contudo terem e-mail nesse portal; 45% dos usuários recorrem também ao Google.

GRÁFICO 4 – Qual é o seu provedor de e-mail? Ou quais são?

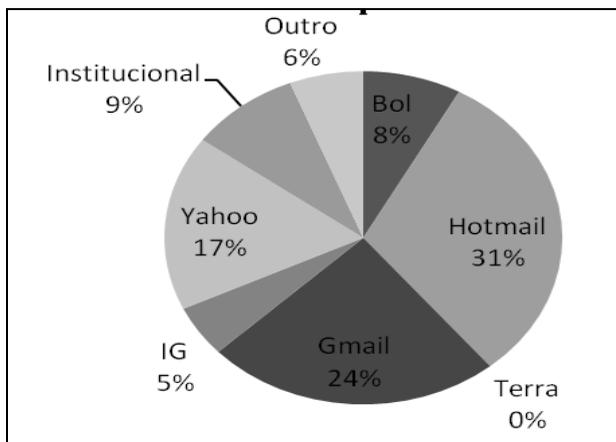


GRÁFICO 5 – Você utiliza o provedor principal que abriga seu e-mail para buscar informações?

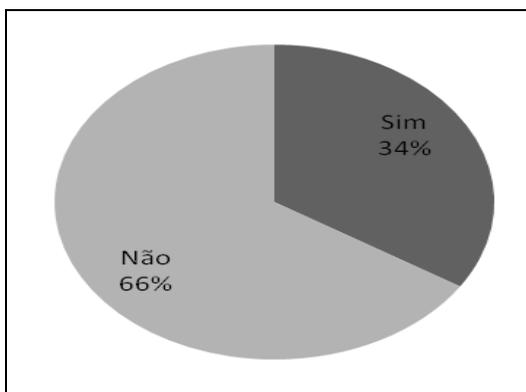
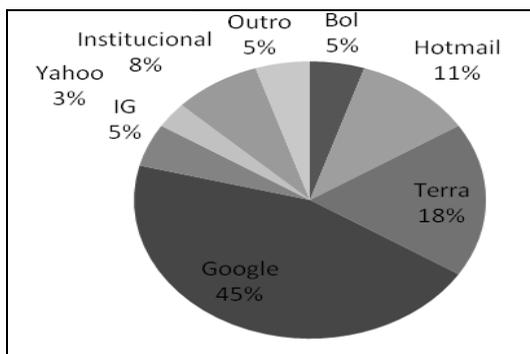


GRÁFICO 6 – Se NÃO, de qual provedor faz uso para recuperar informação?



Quanto ao grau de satisfação com o provedor que mantém o e-mail principal, as variáveis ótimo e bom correspondem igualmente a 43% das respostas. No entanto, para o grau de satisfação bom com o outro provedor o resultado correspondente a 63%, isto é houve um aumento de 20% em comparação com o e-mail principal. No entanto, em relação à variável ótimo houve um decréscimo 26% com o segundo provedor. Sendo que nenhum dos usuários apresentou insatisfação com o seu provedor principal.

GRÁFICO 7 – Qual é o grau de satisfação com o provedor que mantém seu e-mail principal?

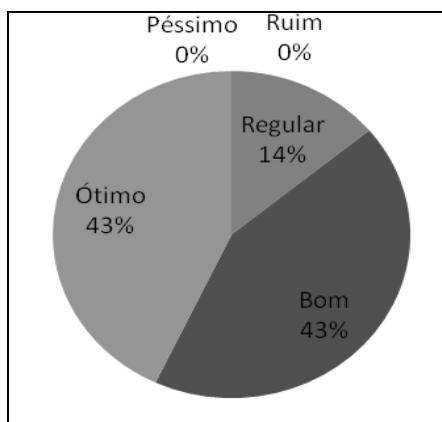
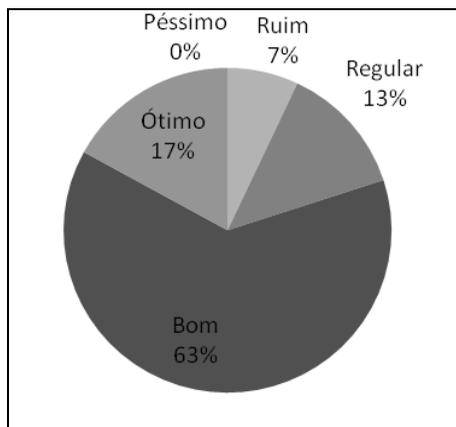


GRÁFICO 8 – Se você utiliza outro provedor, qual é o seu grau de satisfação com ele?



Dessa forma, obtivemos o início do nosso “preenchimento de lacunas” com estas respostas, as quais nos permitem perceber que os usuários que fizeram parte desta pesquisa não utilizam sempre o provedor principal que abriga seu *e-mail* para recuperar informações. Ressalta-se que ainda não se obteve os porquês de tal escolha que os leva a sair da página do provedor principal, para ir a outro site, iniciar ou continuar sua busca pela informação desejada. Acredita-se que isso se deve ao instrumento de coleta de dados utilizado – o questionário –, que limita as respostas do usuário, uma vez que elas já vêm prontas; e também às perguntas formuladas, que não são centradas nas necessidades dos usuários e sim no sistema, conforme já prevíamos. Por fim, no que é próprio à função do questionário, ele supriu nossa inquietação inicial, apresentando-nos as respostas, mas cabe a cada pesquisador escolher qual o melhor instrumento a ser utilizado.

### 3 – SEGUNDA ETAPA – ABORDAGEM ALTERNATIVA

Todo ser humano pode ser entendido como dotado de três dimensões psíquicas: a do conhecimento, a das emoções e das sensações (CHOO, 2003, p. 9).

Nesta segunda etapa buscou-se responder o que a primeira não deu conta de responder, isto é, “preencher as lacunas” das questões da primeira etapa. Visou-se a entender, em maior riqueza de detalhes, as necessidades dos usuários, o processo de busca e uso da informação,

dando continuidade ao nosso objetivo inicial, uma vez que a abordagem tradicional não nos permite aprofundar nessas questões, pois o usuário está limitado em expressar suas opiniões, tendo somente que marcar as respostas já apresentadas.

A pesquisa qualitativa focaliza sua atenção nas causas das reações dos usuários da informação e na resolução do problema informacional, ela tende a aplicar um enfoque mais holístico do que o método quantitativo. Além disso, ela dá mais atenção aos aspectos subjetivos da experiência e do comportamento humano (BAPTISTA, 2007, p. 173).

Deste modo, realizamos uma entrevista estruturada contendo dez perguntas e direcionadas a oito usuários de *web e-mail*. As questões iniciais da entrevista foram elaboradas a fim de responder – “justificar” o que não foi possível concluir na primeira etapa do trabalho. Desse modo, a primeira questão da entrevista busca saber o porquê dos resultados, em que a maioria dos usuários não utiliza o Outlook. Assim, obtivemos respostas com motivos diversificados. É interessante perceber que, se na primeira etapa somente tínhamos o valor percentual do uso (23%) e do não-uso (77%), é somente através da segunda etapa, com a entrevista, que podemos inferir sobre os motivos individuais dos usuários, a saber:

Não utilizo o Outlook porque é um *software* de *e-mail* muito vulnerável a vírus e *spywares*. Devido ao fato do Outlook ser muito utilizado, os *hackers* e outros indivíduos mal-intencionados centralizam seus esforços para aplicar golpes através de *e-mails* falsos. O Outlook facilita essa conduta dos *hackers*, principalmente para roubar senhas de *e-mail*. Por isso, uso outro *software* de *e-mail*, o Thunderbird. Ele é muito seguro, tem atualizações constantes e bloqueia a maioria dos *spams*.

Não utilizo. Primeiro porque nunca conseguia configurá-lo, depois porque já não tinha mais interesse em utilizá-lo.

Sim. Utilizo o Outlook no meu trabalho para enviar e receber *e-mails* da empresa e dos funcionários e para visualizar o calendário com os compromissos.

As questões 2 e 3 buscam verificar respectivamente por que os usuários apresentam mais de um *e-mail* e se eles acham atrativo o provedor que mantém o *e-mail* principal. As respostas que consideramos mais informativas são:

Utilizo os dois para garantir que, na possibilidade de ocorrer algum erro ou mau funcionamento de um, eu possa utilizar o outro *e-mail*.

Sim, a página inicial do Gmail traz notícias e também posso fazer buscas no provedor.

As respostas foram analisadas sob três diferentes perspectivas: a abordagem Sense-Making de Dervin (1998), a abordagem do Processo Construtivista de Kuhlthau (1999) e a abordagem de Valor Agregado de Taylor (1982). Essas abordagens se voltam a diferentes focos dentro dos estudos de usuários. A primeira liga-se ao processo de construção de sentido com ênfase para o aspecto cognitivo dos usuários. A segunda relaciona-se ao processo de busca da informação considerado sob o aspecto construtivista. A terceira abordagem enfatiza o processo de transformação de dados em informação útil. Para tanto, foi preciso verificar como os usuários de *web e-mail* reconhecem suas necessidades de informação e como se dá o processo de busca e uso. Dessa forma, as perguntas têm o objetivo de estabelecer uma interlocução entre as três teorias expostas acima.

Esses estudos, conforme Choo (2003), são orientados para os usuários e têm em comum o pressuposto de que a informação é construída nos pensamentos e sentimentos dos usuários. Assim, a informação passa a ser vista subjetivamente, em que cada usuário é responsável por atribuir algum significado a ela. Deste modo, os estudos contribuem para um melhor entendimento da experiência humana no processo de busca e uso da informação.

O modelo de Dervin (1998) apresenta a necessidade informacional oriunda de um vazio cognitivo, em que o usuário reconhece alguma falta de informação, e para isso ele busca transpor esse vazio através de diferentes estratégias de busca formuladas por ele e que refletem traços de seu comportamento. Como pode ser visto nestes exemplos, os usuários entrevistados relatam quando surge a necessidade de buscar a informação:

No momento em que percebo um desconhecimento, meu, ou de parte do mundo, acerca de alguma questão.

Não é muito esperado que se faça busca de informação sem necessidade. É muito difícil planejar uma conduta que parta de uma busca de alguma informação antes que dela se necessite.

Entretanto, o processo de busca pode ser bloqueado por uma descontinuidade. Para dar continuidade ao processo de transpor o vazio cognitivo, o usuário muda a sua estratégia de busca, neste caso, como relata o usuário:

Tento mudar as palavras-chave; caso continue não encontrando, mudo de provedor.

Portanto, nessa perspectiva de criação de significado, a busca e o uso da informação são analisados pelo triângulo situação-vazio-uso, e revelaram que as estratégias de transpor o vazio cognitivo dos usuários são determinadas em sua maioria pelos fatores ligados ao comportamento do indivíduo em relação à informação, isto é, como reconhecem seus vazios e como desejam buscar informações, afetam mais que as características extrínsecas, como os sistemas.

Essa abordagem, traduzida como “criação de significados”, apresenta as categorias pelas quais se podem identificar os processos e o uso da informação, em que a necessidade de informação é comparada com a percepção do vazio, e as buscas e estratégias são os meios para transpor esse vazio. Abaixo apresentam-se alguns dos motivos que levam os usuários a reconhecer o vazio, os quais podem estar ligados à busca de informações, para criar ideias, encontrar direções, sentir prazer e/ou alcançar objetivos.

Motivada por alguma curiosidade, trabalho da faculdade ou pelo estágio.

Quando tenho que postar algo, fazer pesquisa de escola, saber de curiosidades e me divertir.

Segundo Choo (2003, p. 89), “As necessidades cognitivas estão envoltas em reações emocionais, de modo que não são apenas pensadas, mas também sentidas”, deste modo as emoções também estão vinculadas na busca de informação. Estes estudos mostram que as emoções desempenham papel fundamental, norteando as buscas motivadas pelos gostos e aversões dos indivíduos.

Neste sentido, os estudos de Kuhlthau (1999), demonstram que as experiências dos usuários podem nortear o comportamento de busca, em que o processo pela busca da informação envolve o conjunto de sentimentos dos usuários, como demonstra o usuário que utiliza o provedor Google para realizar suas buscas, segundo seus gostos pessoais.

Utilizo somente o Google, mas eu divido o mundo em: busca pela internet e busca pelos livros. A primeira utilizo para ampliar meu universo sobre o tema que desejo aprender; assim, faço uma seleção sobre direções a seguir, qual passo tomar, etc. A segunda busca é a que coloco minha crença.

Assim como o comportamento de busca apresenta sensações de experiências passadas, que ficam retidas pelo usuário, afetando futuros processos de busca.

Estou acostumado com a aparência do Google, e talvez este seja o

motivo de eu fazer mau juízo da operacionalidade e qualidade dos outros portais.

Em suma, percebe-se que o usuário poderá se deparar com os sentimentos de vazio cognitivo, ou incerteza, e que durante o processo de busca essas sensações podem diminuir, gerando satisfação, ou, ao contrário, gerando-lhe insatisfação e angústia, tendo que recomeçar o processo de busca e atribuição de significado à informação.

As dimensões situacionais das necessidades de informação, expostas por Taylor, abordam a busca pela informação e a transformação de dados em informação útil, que ele denominou “informação com valor agregado” (TAYLOR, 1982, p. 342). Refletindo sobre este modelo teórico, Choo (2003, p. 93) diz que “o comportamento na busca pode ser definido como as somas das atividades por meio das quais a informação se torna útil”. Assim, a utilidade da informação será medida não só pela sua importância, mas também por ser capaz de satisfazer as expectativas do usuário.

Além disso, conforme Taylor (1986), o “ambiente de informação” pode alterar o processo de busca e uso da informação, apresentando, então, a influência do grupo de pessoas no qual o usuário está inserido, e desvelando atitudes em comum sobre a natureza de seu contexto. Por exemplo, um grupo de estudantes universitários apresenta necessidades de busca fortemente vinculadas ao contexto:

Quando quero tirar boas notas na faculdade ou aprofundar meu conhecimento em assuntos de meu interesse.

Quando preciso solucionar trabalhos acadêmicos, para o trabalho e para lazer.

Muito se falou sobre informação, mas neste trabalho não se pretendeu fazer uma definição precisa do que é expresso por esse conceito tão amplo e tão abstrato, igualmente abordado por Choo (2003, p. 99) como “um conceito difícil de definir”. Dessa forma, o uso dela passa a ser um processo complexo, em que o usuário nem sempre consegue expressar formalmente por que faz a busca: “Eu busco informações a todo o momento. É uma ação inconsciente”.

Se o usuário busca informações, isso não implica que delas terá que fazer uso, pois também poderá descartá-las, se não as julgar relevante para suprimento de suas necessidades. Mas, se considerá-las relevantes, delas poderá fazer uso. Geralmente a relevância é considerada um fator determinante para seu uso, podendo estar centrado na resposta do sistema de informação ou no usuário. No

primeiro caso, a relevância baseia-se no pressuposto de que o conteúdo pode ser expresso objetivamente e que condiz com a necessidade antes formulada. No entanto, a representação do conteúdo de um documento pode apresentar graus de relevância diferenciados, para o suprimento das necessidades de distintas pessoas, tendo a objetividade da representação temática do documento anulada, vista agora sob a perspectiva do usuário, pois é ele o construtor de significado da informação, logo, da atribuição do que é ou não relevante para ele.

#### **4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste trabalho pôde-se perceber que o pesquisador deverá escolher quais das duas abordagens – a tradicional ou a alternativa – melhor irá satisfazer seu problema de pesquisa, assim como qual o instrumento de coleta de dados a ser utilizado, uma vez que as abordagens apresentam objetivos distintos entre si: a tradicional liga-se à resolução de problemas concernentes ao sistema, de uma maneira pragmática para resolução dos problemas imediatos, nos quais vinculam-se geralmente à coleta de dados e resultados com características quantificadoras que podem ser expostas em tabelas e gráficos. Já a abordagem alternativa, ao contrário da anterior, centra-se no usuário como ser ativo que constrói significado para a informação, atribuindo-lhe alguma utilidade, e cada um passa a ser reconhecido pela influência de sua vivência, pelos aspectos socioculturais, o grupo em que se insere, entre inúmeros outros fatores, os quais se refletem no seu comportamento de busca, necessidade, busca e uso da informação, conceitos estes indispensáveis para o entendimento nos estudos de usuários que buscam captar respostas com elevado nível de profundidade e riqueza de detalhes.

#### **REFERÊNCIAS**

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de usuários: uma abordagem na linha ICS. In: REIS, Alcenir; CABRAL, Ana Maria Cardoso (Org.). *Informação, cultura e sociedade: interlocuções e perspectivas*. Belo Horizonte: Novatus, 2007. p. 81-100.

BAPTISTA, Sofia; CUNHA, Murilo. Estudos de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados. *Perspectiva em Ciência da informação*, Belo Horizonte, n. 2, v. 12, p. 168-184, maio-ago. 2007.

CHAUI, Marilena de Souza. *Convite à filosofia*. 13. ed. São Paulo: Ática, 2003.

CUNHA, Murilo Bastos da. Metodologia para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica. *Revista de Biblioteconomia*, Brasília, v. 10, n. 2, p. 5-19, jul.-dez. 1982.

CHOO, C. W. Como ficamos sabendo – um modelo de uso da informação. In: \_\_\_\_\_. *A*

*organização do conhecimento*: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: SENAC, 2003. cap. 2, p. 63-120.

DERVIN, B. Sense-making theory and practice: an overview of user interest in knowledge seeking and use. *Journal of Knowledge Management*, v. 2, n. 2, p. 36-46, Dec. 1998.

DERVIN, B; NILAN, M. Information needs and uses. In: WILLIAMS, M. (Ed.). *Annual Review of Information Science and Technology*. Chicago: Knowledge Industry Publications, 1986, p. 3-33. v. 21.

DIAS, Cláudia. *Usabilidade na web*: criando portais mais acessíveis. Rio de Janeiro: Alta Books, 2003. 296 p.

FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto. Novos paradigmas da informação e novas percepções do usuário. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 25, n. 2, p. 217-223, maio/ago. 1996.

FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto; SOUTO, Patrícia Cristina do Nascimento. A interface do usuário e as bibliotecas digitais. In: MARCONDES, Carlos H. et al. (Org.). *Bibliotecas digitais: saberes e práticas*. 2. ed. Salvador: Ed. da UFBA, 2006. p. 185- 203.

KUHLTHAU, C. The role of experience in the information search process of an early career information worker: perceptions of uncertainty, complexity, construction and sources. *Journal of the American Society for Informations Science*, v. 50, n. 5, p. 399-412, 1999.

\_\_\_\_\_. Inside the search process: information seeking from the user's perspective. *Journal of the American Society for Informations Science*, v. 42, n. 5, p. 61-71, 1991.

MINAYO, M. C. *O desafio do conhecimento*: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2000. 269 p.

NASCIMENTO, Luciano Prado Reis. *O usuário e o desenvolvimento de sistemas*. Florianópolis: Visual Books, 2003.

TAYLOR, R. S. Value-added processes in the information life cycle. *Journal of the American Society for Informations Science*, v. 33, n. 5, p. 341-346, 1982.

\_\_\_\_\_. *Value-added processes in information systems*. [s. l.]: Ablex Publishing Corporations, 1986.