

UM OLHAR SOBRE A SINALIZAÇÃO EM BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS À LUZ DO WAYFINDING¹

Email:
karinpicado@gmail.com
isafreire@globo.com

Karin Herculano Picado, Isa Maria Freire

RESUMO

Este trabalho, ainda em andamento, pretende incidir na construção de estratégias para a criação e desenvolvimento de um sistema de orientação para o espaço da biblioteca universitária, sustentado em premissas identificadas segundo autores reconhecidos na área de conhecimento do Design de Informação: *Siñalética*, *Semiótica*, *Sensemaking* e *Wayfinding*. Como a pesquisa espacial de resolução de problemas e de tomada de decisão, visa tentar compreender a orientação espacial humana e os processos comportamentais, o presente trabalho estabelece como proposta para o objetivo geral analisar o material gráfico do sistema de sinalização existente na Biblioteca Central da Universidade Federal da Paraíba e na Faculdade de Enfermagem Nova Esperança em João Pessoa sob à luz do *Wayfinding*, em seus aspectos técnicos, estéticos e funcionais, embasados na escola semiótica Peirciana. Para a estratégia metodológica, utilizaremos das pesquisas: bibliográfica, exploratória, descritiva e qualitativa, com o propósito de realizarmos uma análise do material gráfico. Para tal, deveremos proceder a uma investigação, iniciando por um inventário de sinalização das bibliotecas selecionadas para esta amostra, baseado na técnica de inventário de sinalização. A resultante do inventário corresponderá à coleta dos dados. Posteriormente ao inventário de sinalização será realizada a interpretação desses dados, sob a luz da semiótica peirciana.

Palavras-chave: Biblioteca Universitária. Gestão da Informação. *Sensemaking*. *Wayfinding*.

ABSTRACT

This work, still in progress, intends to focus on the construction of strategies for the creation and development of a system of guidance for the space of the university library, based on premises identified by recognized authors in the area of knowledge of Information Design: *Siñalética*, *Semiótica*, *Sensemaking* and *Wayfinding*. As the spatial problem-solving and decision-making research seeks to understand human space orientation and behavioral processes, the present paper establishes as a proposal for the general objective to analyze the graphic material of the signaling system existing in the Central Library of the University Federal University of Paraíba and Nova Esperança College of Nursing in João Pessoa under the light of *Wayfinding*, in its technical, aesthetic and functional aspects, based on the Peircian semiotic school. For the methodological strategy, we will use the researches: bibliographic, exploratory, descriptive and qualitative, with the purpose of performing an analysis of the graphic material. To do this, we must carry out an investigation, beginning with a signaling inventory of the libraries selected for this sample, based on the signaling inventory technique. The resulting inventory will correspond to the data collection. After the signaling inventory will be performed the interpretation of these data, under the light of Peircian semiotics.

Keywords: University Library. Information Management. *Sensemaking*. *Wayfinding*.

¹ Pesquisa no Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, sob a orientação da Profa. Dra. Isa Maria Freire.

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa reflete um exercício projetual que partiu das inquietações, necessidades e oportunidades identificadas num espaço de biblioteca, a partir de um olhar expectador e observador sobre esse ambiente informacional que serve como cenário para a busca de informações que subsidiarão a produção de novos conhecimentos.

Ainda em andamento, esta pesquisa está sendo desenvolvida na Linha de Pesquisa: Ética, Gestão e Políticas de Informação, contou com o apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior (CAPES) e busca contribuir com a Ciência da Informação investigando possíveis relações interdisciplinares com o Design.

Este trabalho pretende incidir na construção de estratégias para a criação e desenvolvimento de um sistema de orientação para o espaço da biblioteca universitária, sustentado em premissas identificadas segundo autores reconhecidos na área de conhecimento do *Design de Informação: Siñalética, Semiótica, Sensemaking e Wayfinding*.

Por ser um suporte para o ensino, pesquisa e extensão, consideramos a biblioteca universitária um recurso imprescindível, para o bom funcionamento, de qualquer curso oferecido por uma instituição de ensino superior. Desta forma, a biblioteca universitária estabelece os seus objetivos tendo em vista as necessidades informacionais de cada curso. É papel dessa biblioteca suprir as necessidades de informações técnicas científicas da instituição, organizando e disseminando a informação de acordo com os perfis dos usuários (FEATHER e STURGES, 2003).

Diante da complexidade do ambiente informacional que é a biblioteca universitária torna-se necessário planejar e estruturar as informações visando sua acessibilidade pelos usuários.

Assim como Oliveira (2015), compreendemos que o Design da Informação pode ser entendido como um novo campo para a Ciência da Informação que busca sistematizar o oferecimento de informações. Concordamos com o referido autor, quando este afirma que o Design da Informação, torna a informação mais facilmente apreendida, entendida e colocada em prática nas teorias da comunicação e na Ciência da Informação.

Um sistema de sinalização distribuído no ambiente pode contribuir na forma como os usuários deste ambiente situam-se e orientam-se. Porém este sistema também pode tornar a experiência do usuário mais prazerosa e segura, quando os gestores deste espaço optam por um projeto baseado nas premissas do *Wayfinding, Sensemaking*, na Semiótica e no Design Universal.

Acreditamos que as dicas de orientação podem diminuir a frustração dos usuários com a busca de informações, em problemas nas instalações das bibliotecas e aliviar o ônus dos bibliotecários em direcionar os usuários. Isso pode ser visto como uma questão de gerenciamento de fluxos de informação e segundo Choo (2003) o objetivo da Gestão da Informação -GI é aproveitar os recursos e capacidades informacionais de forma que a organização aprenda e se adapte ao ambiente de mudança.

O *wayfinding* distingue-se dos outros tipos de resolução de problemas por atuar em espaço arquitetônico, urbano e geográfico e por incorporar uma representação mental dos espaços (mapas cognitivos) que caracteriza a noção de orientação espacial, conforme Arthur e Passini (1992).

Alinhamos nosso pensamento com Costa (1989) que considera a *siñalética* algo além de placas informativas. Acreditamos que o sistema de sinalização representa um conjunto de informações planejadas para um determinado local de acordo com as características específicas do ambiente, para orientar usuários, reduzindo as incertezas quanto aos ambientes e os comportamentos que o espaço exige.

Mediante tais circunstâncias, delimitamos o problema de pesquisa em torno da seguinte indagação: O material gráfico utilizado no sistema de sinalização de Bibliotecas Universitárias em João Pessoa proporciona uma experiência de *wayfinding* aos seus usuários e contribui para a Gestão da Informação?

Determinamos nossa amostra no universo² em: Bibliotecas Universitárias em Instituições de Ensino Superior, existentes dentro do município de João Pessoa, credenciadas junto ao MEC como presenciais nos anos de 2017/2018. Uma busca no sítio do Ministério da Educação – MEC³ é possível localizar estas instituições.

Para a amostra⁴ determinaremos: Bibliotecas Universitárias existentes na região metropolitana de João Pessoa. Com base no universo, havendo situado a amostra, limitamos, de forma justificada, o conjunto de elementos que estarão à disposição para análise, caracterizando assim o corpus nesta pesquisa em: Biblioteca Central da Universidade Federal da Paraíba e na Biblioteca Joacil de Britto Pereira da Faculdades Nova Esperança.

Por preservar a representatividade do universo na amostra, determinamos para a representação do corpus, duas bibliotecas universitárias, sendo uma da categoria administrativa pública e a outra da categoria administrativa privada, a partir dos campos apresentados no sítio do MEC.

Como a pesquisa espacial de resolução de problemas e de tomada de decisão, visa tentar compreender a orientação espacial humana e os processos comportamentais, o presente trabalho estabelece como proposta para o objetivo geral analisar o material gráfico do sistema de sinalização existente na Biblioteca Central da Universidade Federal da Paraíba e na Faculdade de Enfermagem Nova Esperança em João Pessoa sob à luz do *Wayfinding*, em seus aspectos técnicos, estéticos e funcionais, embasados na escola semiótica Peirceana. Para isso, estabelecemos os seguintes objetivos específicos:

- a) Conhecer os ambientes físicos das Bibliotecas Universitárias das referidas instituições de ensino superior em João Pessoa e as relações entre os elementos de sinalização aplicados, compreendendo a conformação visual e textual da mensagem;
- b) Descrever os recursos semióticos empregados no sistema de sinalização dos referidos ambientes, de modo a compreender relações entre cores, texturas, palavras e diagramas na mensagem visual e sensorial;
- c) Identificar as necessidades sensoriais dos usuários dos referidos ambientes, delineando elementos de persuasão e instigação da mensagem visual e sensorial.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

² Conjunto de elementos sobre o qual incide o estudo estatístico (BAUER; AARTS, 2008).

³ <http://emec.mec.gov.br/>

⁴ subconjunto finito da população. Razões para a escolha de uma amostra: dimensão excessiva da população, estudo de natureza destrutiva, economia e tempo (BAUER; AARTS, 2008).

Por se tratar de um projeto que visa solucionar a forma de apresentação de informação ao público, o desafio para a área pode resultar em soluções importantes ao proporcionar a possibilidade de trabalhar as áreas do Design da Informação e do *Sensemaking* de forma interdisciplinar e conjunta: essa união pode significar mais um passo importante que a área da GI almeja alcançar.

E para cumprir esse objetivo, buscamos compor as ligações por meio de reflexões e tentativas de contextualizações, visto que consideramos que estes aportes teóricos muito têm a contribuir com as pesquisas empreendidas nesse tipo de contexto.

2.1 DESIGN DA INFORMAÇÃO

Todo Design é de Informação segundo Redig (2004). Ele pode ser percebido como um princípio que direciona a atuação de um ente no processo comunicacional descomplicando o entendimento de uma mensagem. Mas também pode ser entendido como prática que exerce efeitos em relação à organização, planejamento e apresentação de determinada informação.

A fim de definir o Design da Informação, dentro da CI, Oliveira (2015) partiu da consideração de que esta área do conhecimento integra os principais aspectos, que envolvem o design, a comunicação, a linguagem gráfica visual, os usuários da informação e os meios em que ocorre a transmissão da mensagem.

O Design de Informação, enquanto disciplina, tem como função primordial a “comunicação eficiente da informação, e isto implica a responsabilidade de que o conteúdo seja correto e objetivo em sua apresentação.” (WILDBUR, BURKE;1998).

Em vista do exposto, a utilização do Design da Informação como princípio disseminador da informação, entre os profissionais da área da CI, e considerar a utilização destas duas abordagens em conjunto, aumentando seu escopo para os bibliotecários, arquivistas e museólogos, como um contributo para a atualização do perfil do profissional da informação em suas áreas de atuação. Pois acreditamos ser inadiável desenvolver e delimitar a emergência de transdisciplinaridade na atuação dos profissionais da informação em bibliotecas, arquivos, museus e centros de informação híbridos utilizando os conhecimentos do Design da Informação como princípio orientador da disseminação de informação na contemporaneidade.

2.2 WAYFINDING: COMO ENCONTRAR O CAMINHO

Compreender o planejamento espacial, como a forma de dispor das informações na tomada de decisões. Além de perceber como as características dos espaços e dos ambientes podem interferir no processo de “encontrar-se”; poderá nos ajudar a entender a comunicação, como percepção do espaço, como circulação, como fluxos de referências ou marcos para chegar ao que é mais importante: a informação desejada.

Como explicam Campos e Vechiato (2017), *wayfinding* não é um termo nascido na Ciência da Informação, porém suas relações com a Encontrabilidade⁵ da Informação são

⁵ O termo *findability* foi apresentado por Peter Morville no ano 2005 em seu livro *Ambient Findability*. Landshoff (2011), em sua dissertação de mestrado, adotou os termos: ‘Encontrabilidade’, ‘formas de encontrar a informação’ e ‘encontro da informação’ para caracterizar o estudo. Alinhamos nosso entendimento sobre as definições para Encontrabilidade, que considera que tais definições vão além da navegação, da busca em sistemas e ambientes, dos

perceptíveis, quando se trata de projeto e avaliação de ambientes informacionais. Estes autores consideram *wayfinding* como um atributo importante para localização, locomoção, tomada de decisões, além de auxiliar na criação de mapas mentais.

Muitas vezes as bibliotecas possuem sinalização efetiva, porém esta não pode superar arquiteturas essencialmente confusas, complexidade e inacessibilidade (ARTHUR e PASSINI, 1992). Assim como em uma área com alta visibilidade e conectividade, além de baixa complexidade de leiaute, o que implica em um ambiente ideal para suportar o *wayfinding*, a sinalização inconsistente ainda causa erros de localização (LI e KLIPPEL, 2012). Há também a questão de que alguns os usuários preferem por dispensar a sinalização (placa, letreiro, totem, etc) e fazer uma pergunta à equipe da biblioteca, pergunta essa que seria respondida pelo sinal que eles acabaram de ignorar (POLGER E STEMLER, 2014). De acordo Campos e Vechiato (2017) o *wayfinding* beneficia o fluxo de informação nos ambientes informacionais. Eles consideram que esse termo pode ser incorporado à Ciência da Informação, aprimorando a organização, a estruturação e a apresentação do ambiente informacional, favorecendo a busca informacional e a encontrabilidade da informação.

É possível estabelecer uma relação entre o Design da Informação, a Gestão da Informação e o *Wayfinding* considerando-se que a mensagem pauta-se em critérios e fatores voltados para uma finalidade comum: a orientação do usuário. Sendo a biblioteca universitária um espaço informacional, é preciso que ela possua informações legíveis e a primeira informação a ser apresentada ao usuário seria o sistema de *wayfinding* através da sinalização.

Cada biblioteca é única em: seus usuários, financiamento, serviços, coleções, leiaute, etc. Portanto, faz sentido que cada biblioteca tenha necessidades de sinalização exclusivas. Isso não significa, no entanto, que não seja possível desenvolver uma fórmula que leve em consideração os fatores que tornam as bibliotecas únicas e ainda forneça respostas às perguntas sobre quantos sinais são necessários para orientar efetivamente os usuários no *wayfinding* sem sobrecarregá-los. Quantos sinais direcionais, quantos informativos e de regulamentação. Em qual ponto se atravessa a fronteira da quantidade de sinalização para que ela se torne excessiva e inútil.

As dicas de orientação podem diminuir a frustração dos usuários com: a busca de informações, em problemas nas instalações das bibliotecas e aliviar o ônus dos bibliotecários em direcionar os usuários, permitindo a estes usuários que eles possam descobrir por si próprios, de forma intuitiva, no sistema de informações autoexplicativas do modelo *wayfinding* (POLGER e STEMLER, 2014).

Sob a perspectiva dos autores Arthur e Passini (1992), o *wayfinding* é desenvolvido em três processos:

- O primeiro processo (tomada de decisão) está relacionado com a percepção e identificação das características dos constituintes do meio ambiente: a pessoa está consciente do local onde se encontra.
- A segunda etapa (execução de decisão) é o momento onde o usuário toma a decisão do percurso: compreende a capacidade que da pessoa em decidir o seu percurso. Para que isso ocorra de forma satisfatória para o usuário, é importante que haja uma *sinálética* suficiente para existir hipótese de escolha.

aspectos que delineiam as características dos sujeitos informacionais, alia também mobilidade, convergência e ubiquidade, considerando as ações humanas para a busca do conhecimento em um determinado ambiente que possui características analógicas e digitais.

- Por último, o monitoramento do percurso (ou trajeto): quando uma pessoa se movimenta num lugar que não lhe seja familiar e na capacidade de observação dos locais que fazem parte do seu percurso. Desse modo, poderá fazer o percurso no sentido inverso, ou repeti-lo.

Campos e Vechiato (2017) consideram que a aplicação do *wayfinding* relacionado à Ciência da Informação precisa ser utilizada e pesquisada mais frequentemente. E ao se referir a um objeto específico (como a biblioteca universitária), é possível direcionar a implementação de ambientes informacionais com vistas para a orientação espacial dos usuários, visando melhorias na autonomia do processo de busca.

2.3 SIÑALÉTICA: MIL PALAVRAS EM UMA IMAGEM

Um projeto de sinalização, de acordo com Chamma e Pastorelo (2007), seria um conjunto de formas escultóricas informativas (com textos e símbolos), dispostas em um espaço físico aberto ou fechado para facilitar a circulação de pessoas e veículos.

Quando de uma maneira particular, o desenho gráfico é aplicado, e às necessidades de comunicação dos ambientes são apresentadas como se o ambiente estivesse “falando” com os usuários, com seu sotaque e seu tom de voz, com sua própria personalidade, a seu modo: isso é *siñalética* (BASTOS, 2004).

O conceito nominado por Costa (1989) de “*Senālética*” identifica, regula e facilita o acesso aos serviços requeridos por indivíduos em um determinado espaço (interior e exterior). Optamos por usar o termo *Señalética* (em espanhol), pois não tem um equivalente na língua portuguesa. Em português, a palavra sinalética⁶, é comumente utilizada como vocábulo do ramo policial e o seu significado está associado à marcas que possam identificar criminosos. E a *siñalética* é muito mais do que a sinalização⁷.

A *Siñalética* é muito mais do que placas informativas: representa um conjunto de informações que foram planejadas para um determinado local de acordo com as características específicas deste ambiente, orientando usuários, reduzindo as incertezas quanto aos ambientes e os comportamentos que o espaço exige (COSTA, 1989).

Já a sinalização é um conceito anterior à *Señalética*, ao *Wayfinding* e ao *Design Gráfico Ambiental*. É importante perceber que mesmo com todas as diferenças, sinalização e *Señalética* mantêm condições comuns, não se opõem e se complementam ou se ampliam em certos aspectos funcionais. Costa (1989) considera a *Señalética*, como parte integrante da identidade corporativa, podendo ser equiparada à força da publicidade e da propaganda consideradas como dispositivos de difusão da imagem de uma empresa.

Em seu livro intitulado “*Siñalética*”, Juan Costa (1989) cita alguns exemplos na tentativa de esclarecer as diferenças entre os dois termos. O autor afirma que enquanto a sinalização

⁶ Define-se sinalética, no Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa, como (substantivo feminino) “Processo de registrar sinais particulares dos criminosos para sua identificação.” (FERREIRA, 2004).

⁷ Define-se sinalização, no Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa, como (substantivo feminino) “Ato ou efeito de sinalizar. Instalação, disposição, conjunto de sinais numa ferrovia, na entrada de um porto, no trânsito urbano, nas rodovias.” (FERREIRA, 2004).

determina condutas, a *Señalética* oferece opções de condutas. Este autor considera que na *Señalética* são as necessidades que determinam o sistema.

Para ele, a sinalização é um sistema universal, fechado e disponível para compra. Nesse aspecto, a diferença para a *Señalética* é que este sistema deve ser criado ou adaptado para cada caso em particular. Outro fator destacado por Costa (1989) diz respeito à relação entre os sinais e os problemas do ambiente. Segundo ele, os sinais preexistem aos problemas do ambiente. Já no caso da *Señalética*, os sinais e as informações adicionais são consequências dos problemas específicos do ambiente.

2.4 SEMIÓTICA

As formulações da semiótica e do design emocional nos propiciam subsídios para a análise da mensagem visual e do material gráfico. A imagem visual é uma forma de comunicação composta por determinados elementos semióticos com finalidade emocional. As diretrizes da semiótica nos permitem desvelar e analisar elementos da imagem e suas relações.

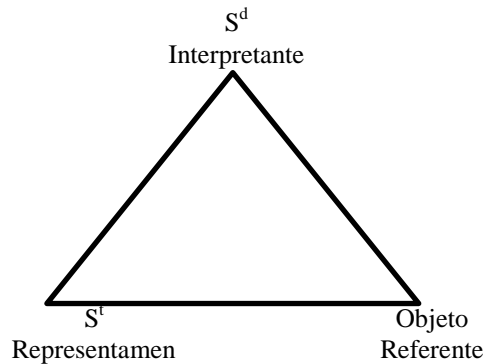
Segundo Brown (2010, p.109), “o design tem o poder de enriquecer nossa vida envolvendo nossas emoções por meio de imagens, formas, texturas, cores, sons e aromas”. A funcionalidade e a usabilidade são imprescindíveis, mas não há como menosprezar a importância da emoção (positiva ou negativa) provocada pelo uso de um produto (no nosso caso, o sistema de sinalização da biblioteca). Todas as nossas percepções estão ligadas a componentes cognitivos. A cognição interpreta o mundo, proporcionando o aumento da compreensão e do conhecimento.

Podemos conceber que um projeto de sinalização só será bem sucedido se despertar de modo positivo todos os níveis cognitivos de seu público alvo. De acordo com Brown (2010, p. 114) “cultivar uma cultura de experiência requer ir além do genérico para criar experiências percebidas como personalizadas para cada cliente”.

Deste modo, todo resultado de projeto de design carrega em si expressões culturais e tecnológicas próprias de sua definição. Além de portar esses atributos, devemos considerar que quando inserida no mundo, esta concepção passa também a ser um elemento de comunicação, não apenas carregando informações objetivas, mas agindo como suporte de mensagens do usuário para si próprio e para outros.

Niemeyer (2003) afirma que a base do signo é triádica e pode ser divisível, porém os três fenômenos ocorrem imperceptível e simultaneamente. Sendo um signo uma tríade de referências que, caso não apresente esses três elementos, não se trata de um signo completo. Essa definição mostra que o signo mantém relação solidária entre pelo menos três polos: a face perceptível do signo – representamen (S^t), aquilo que representa, o objeto ou referente; e aquilo que significa (S^d) (JOLY, 2007, p. 36). Ilustramos essa dinâmica na figura 2 abaixo:

Figura 1 - Tríade semiótica



Fonte: Joly (2007, p. 36).

Peirce (1995), afirma que a experiência sígnica acontece através de fenômenos apresentados em três categorias: **Primaridade** – tem sentido imediato, caráter qualitativo, intuitivo e sensível; **Secundidade** – manifesta-se no plano real (tempo e espaço); **Terceiridade** – reflexiva, convencional, comunicacional e regrada. Um signo como meio, segundo Walther-Bense (2000) refere-se a um objeto, tem uma relação com esse objeto. Nessa função sígnica insere-se a função de comunicação. O processo de significação permite compreender os procedimentos e recursos empregados nas palavras, nos sons, nas imagens e em suas relações que promovem uma comunicação clara e coesa.

Joly (2007) propõe uma abordagem teórica-prática baseada na semiótica Pearceana para análise da imagem. Estabelecendo a relação de analogia qualitativa entre o significante e o referente, a autora confere à imagem o valor de um signo. Se a imagem é entendida como signo, podemos distinguir entre seus diferentes tipos, tornando-se possível, portanto, a análise da imagem e da força de comunicação pela imagem. Vemos, portanto, que a teoria semiótica, que se propõe considerar a imagem como ícone, ou seja, como símbolo analógico, está em sintonia perfeita com o seu uso e pode permitir a nós, entendê-lo melhor (JOLY, 2007, p. 43).

2.5 SENSEMAKING

A estrutura teórica para a perspectiva organizacional deste estudo será a de *sensemaking* enquanto descrito por Karl E. Weick em *Sensemaking in Organizations* (Weick, 1995). A ideia básica de *sensemaking* é que a realidade é uma produção contínua que emerge de esforços para se criar ordem e fazer sentido retrospectivo do que ocorre (Weick, 1993).

Acreditamos que bibliotecas consistem de indivíduos que estão constantemente criando novos “sentidos” de suas situações. E o processo como um todo é contínuo. Isso acontece no contexto da biblioteca entre sua equipe, membros e outras partes interessadas. Então podemos entender que a biblioteconomia trata sobre facilitação de *sensemaking* e não sobre atingir um estado estático onde todo item finalmente tem “a etiqueta correta” e está “no lugar correto”.

O contexto social é muito importante para o *sensemaking*, pois o contexto ajuda a determinar onde as pessoas estão direcionando o foco de suas intenções (WEICK, 1995). No contexto da biblioteca, essas sugestões são criadas através de esquemas de classificação, notação,

metadados, catálogos e todos os outros meios que as bibliotecas usam para guiar, direcionar e instruir seus usuários.

Weick (1979) foca no *sensemaking* de grupo como no mínimo diádico, porém no geral seria mais triádico ou poliádico. Em outros termos, ele se concentra em múltiplas pessoas trabalhando junto para criarem sentido.

Entendemos que estas descrições de *sensemaking* tratam de criação, compartilhamento, interação, atividade cíclica e pessoas engajando-se para criar uma melhor compreensão de seu mundo e seu trabalho. Weick (1995) identifica sete características distintas do processo de *sensemaking*.

1. Construção de identidade;
2. Retrospectiva;
3. Ativação de ambientes sensíveis;
4. Social;
5. Continuidade;
6. Focado em e por intuições extraídas;
7. Dirigido por plausibilidade ao invés de precisão (Weick, 1995).

Estas características propostas por Weick (1995) nos proporciona um aprofundamento da compreensão a respeito da mudança. Quando os sujeitos atribuem sentido à mudança partindo de uma noção de identidade (baseado na construção de identidade) constituída na relação consigo e com os demais sujeitos. E busca nas experiências passadas (retrospectiva) construir e apreender o ambiente organizacional (ativação de ambientes sensíveis) na interação com o outro (social). Logo, o caráter social da mudança se evidencia nesse processo, principalmente no seu caráter dinâmico (continuidade) e através das estruturas de significado familiares (foco na e por pistas extraídas) que guiam não o estabelecimento de uma realidade organizacional fixa e de verdades incontestáveis, mas uma realidade que se reformula a partir das experiências relatadas dos sujeitos (plausibilidade ao invés de precisão).

Sensemaking de acordo com Weick será a abordagem adotada neste trabalho, pois acreditamos que a visão de Weick de *sensemaking* enquanto atividade de grupo é mais relevante para comunidades de bibliotecas do que a abordagem monádica de Dervin, que se foca em *Sense-Making* individual.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Preliminarmente com a pesquisa bibliográfica, objetivamos conhecer e estabelecer relações entre os conceitos de *wayfinding*, *siñalética* e *sensemaking*, dentro da GI e no contexto da Ciência da Informação.

Para o cumprimento dos objetivos, será realizada pesquisa exploratória, com base na técnica de observação para a análise dos ambientes informacionais das bibliotecas selecionadas para amostragem. Para tal, iniciaremos por um inventário de sinalização das bibliotecas selecionadas, baseado na técnica desenvolvida por Mandel e Johnston (2014). A resultante do inventário corresponderá à coleta dos dados. Posteriormente será realizada a interpretação desses dados, por meio do método posposto por Joly (2007) sob a luz da semiótica peirciana. Para

auxiliar na aplicação deste método, utilizamos uma ficha padronizada que contempla todos os elementos que compõe a análise de imagens visuais proposta por Joly (2007).

Após a análise, com os resultados obtidos e a partir do emprego do Método de Desdobramento em 3 Etapas - MD3E, juntamente com a perspectiva do sensemaking será apresentado um projeto gráfico de sinalização aplicável aos referidos ambientes fundamentado nos diversos conceitos estabelecidos para um Sistema de Informação para Wayfinding (SIW).

Com os fundamentos do Design de Informação focados na busca de sistematizar o oferecimento de informações para a resolução de problemas e de tomada de decisão, compreendemos que tais fundamentos também visam tentar envolver a orientação espacial humana e os processos comportamentais.

Ao constarmos em nossa análise a presença das mensagens e de seus elementos, examinaremos composição e as formas de manifestação de cada componente. E sob a compreensão de que o objetivo fulcral do sistema de sinalização existente nas bibliotecas universitárias seria contribuir na maneira como as pessoas situam-se e orientam-se no ambiente para tomarem suas decisões com mais segurança e terem uma experiência mais prazerosa, desenvolveremos nossa análise.

REFERÊNCIAS

ARTHUR, Paul; PASSINI, Romedi. **Wayfinding: people, signs, and architecture**. 1992.

BASTOS, Roberto Severo. Sinalização: a Comunicação Visual a serviço da identidade e dos ambientes. **Pensando Design**. Porto Alegre: UniRitter, 2004.

BROWN, CR. Interior Design for Libraries: Drawing on Function and Appeal. Chicago, IL: **American Library Association**. 2010

CAMPOS, Arthur Ferreira; VECHIATO, Fernando Luiz. Wayfinding no Contexto da Encontrabilidade da Informação: Avaliação dos Ambientes Informacionais do Departamento Estadual de Imprensa do Rio Grande do Norte. *Biblionline*, 2017, 13.2: 44-55.

CHAMMA, Norberto; PASTORELO, Pedro Dominguez. **Marcas & Sinalização: práticas em design corporativo**. Senac, 2007.

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

COSTA, Juan. **Siñalética**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1989.

FEATHER, John; STURGES, Paul. *International encyclopedia of information and library science*. Routledge, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 2004.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 2007.

LI, Rui; KLIPPEL, Alexander. **Wayfinding in libraries**: Can problems be predicted?. *Journal of Map & Geography Libraries*, v. 8, n. 1, p. 21-38, 2012.

MANDEL, Lauren H, JOHNSTON, Melissa P. Are we leaving them lost in the woods with no breadcrumbs to follow? Assessing signage systems in school libraries. **School Libraries Worldwide**, v. 20, n. 2, 2014.

MORVILLE, P. **Ambient findability**. Sebastopol: O'Really, 2005.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. 2ab, 2003.

OLIVEIRA, João Augusto Dias Barreira e. **A Ciência da Informação e o Design de Informação**: perspectivas interdisciplinares. 2015. 95 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Filosofia e Ciências, 2015. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/126604>>.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 2ª ed., São Paulo: Perspectiva, 1995.

POLGER, MA and STEMPLER, AF. Out with the old, in with the new: Best practices for replacing library signage. **Public Service Quarterly**, 10(2): 67-95. 2014. DOI: 10.1080/15228959.2014.904210.

REDIG, Joaquim. Não há cidadania sem informação, nem informação sem design. *Revista Brasileira de Design da Informação*, 2004, 1.1: 2004.

VECHIATO, Fernando Luiz. **Encontrabilidade da informação**: contributo para uma conceituação no campo da ciência da informação. 2013. 206 f. 2013. PhD Thesis. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)–Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília.

WALTHER-BENSE, Elisabeth. **A teoria geral dos signos**. Trad. Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 2000.

WEICK, Karl E. **The Social Psychology of Organizing**. 2d ed. New York: Random House, 1979.

WEICK, Karl E. The collapse of sensemaking in organizations: The Mann Gulch disaster. **Administrative science quarterly**, p. 628-652, 1993.

WEICK, Karl E. **Sensemaking in organizations**. Sage, 1995.

WILDBUR, Peter; BURKE, Michael. **Infográfica**: soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo: con 300 ilustraciones a todo color. GG, 1998.