



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA

ANTONIO JÚNIOR ESTUMANO DE ALMEIDA

DESIGN DE BIBLIOTECA

UMA ABORDAGEM PARA ALÉM DOS ASPECTOS ESTÉTICOS

BELÉM
2017

ANTONIO JÚNIOR ESTUMANO DE ALMEIDA

DESIGN DE BIBLIOTECA

UMA ABORDAGEM PARA ALÉM DOS ASPECTOS ESTÉTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia, Faculdade de Biblioteconomia, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará.

Orientadora: Profa. Dra. Marise Teles Condurú

BELÉM
2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A447d Almeida, Antonio Júnior Estumano de

Design de biblioteca: uma abordagem para além dos aspectos estéticos / Antônio Júnior Estumano de Almeida; Orientadora Prof.^a Dra. Marise Teles Condurú. – Belém, 2017.
65 f. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Faculdade de Biblioteconomia, Curso de Bacharel em Biblioteconomia, Belém, 2017.

1. Design – Biblioteca. 2. Aspectos psicológicos. 3. Emoção e Cognição. I. Condurú, Marise Teles, orient. II. Título.

CDD 745.4

ANTONIO JÚNIOR ESTUMANO DE ALMEIDA

DESIGN DE BIBLIOTECA

UMA ABORDAGEM PARA ALÉM DOS ASPECTOS ESTÉTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia, Faculdade de Biblioteconomia, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará.

Data de Aprovação: 4/ 4/ 2017

Banca Examinadora:

Profa. Marise Teles Condurú
Dra. em Ciências do Desenvolvimento SocioAmbiental
Universidade Federal do Pará

Profa. Franciele Marques Redigolo
Dra. em Gestión de la Información y de la Comunicación.
Dra. em Ciência da Informação
Universidade Federal do Pará

Prof. Williams Jorge Correa Pinheiro
Mestre em Serviço Social
Universidade Federal do Pará

A Deus, todo poderoso, em primazia, sem o qual nada disso seria possível, e depois àqueles que se deixaram ser usados por Ele para serem instrumentos de benção nessa trajetória; em especial meus pais amados, que me criaram com amor e temor ao Senhor Jesus Cristo.

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus, na pessoa do meu Senhor e Salvador Jesus Cristo, que me deu capacidade mental e intelectual para poder desenvolver este trabalho.

Aos meus professores do Curso de Biblioteconomia, em especial minha orientadora, Professora Dra. Marise Teles Condurú, a quem coloquei à paciência a prova por muitas vezes, sempre me auxiliando de maneira atenciosa e gentil, me motivando em vários momentos, acreditando em meu potencial. E também a professora Dra. Franciele Marques Redigolo, que na banca de qualificação forneceu incomensurável contribuição para a consumação deste trabalho, com observações pertinentes de assuntos que, até então, eram-me obscuros.

Aos meus pais biológicos, Antônio Cabral de Almeida e Angelina Estumano de Almeida, aos quais me faltam palavras para adjetivá-los e agradecê-los por todas as privações que se submeteram para que eu pudesse estudar e chegar à universidade – vocês são mais merecedores dessa vitória do que eu. E também a outros que nessa cidade assumiram esse papel, dando-me todo apoio e estrutura para completar a graduação, Dona Renilda e Seu Claudeci em particular – aos quais faço questão de citá-los, e sua família, que me acolheram e me adotaram como filho – que Deus possa retribuir tudo que vocês fizeram e continuam fazendo por mim.

Aos meus colegas e algumas pessoas que direta e indiretamente contribuíram de forma decisiva para a execução dessa obra. A Célia Cardoso, minha amada, que por muitas vezes foi partícipe das manhãs e noites de estudos, ajudando-me a manter meu estado de espírito apto a absorver os conteúdos de estudo.

A todos vocês, muito obrigado!

O ser humano precisa sentir-se bem no seu habitat, no seu escritório, na loja onde trabalha, na escola onde leciona ou estuda, no hospital onde clinica ou está internado, no restaurante onde faz uma refeição, no bar onde convive com os amigos. O entorno, que nos cerca, é nossa vida e ela passa desta forma, ora ali ora aqui.

(Clarice Mancuso)

Embora haja maior autonomia por parte dos usuários e muitos digam que as tradicionais bibliotecas físicas tem possibilidade de desaparecer, as pessoas sempre, [...] 'precisarão de um lugar para estudo e reflexão. Um lugar para aprenderem a ser indivíduo, e não apenas parte de uma massa'.

(Francisca Mota, Diogo Mendes, Micheline Ribeiro)

RESUMO

Analisa as ações do *Design* no contexto da biblioteca, bem como as influências que esse espaço causa no usuário. Neste sentido, o objetivo geral é analisar a importância e a influência dos aspectos estéticos da biblioteca nos usuários, seja em relação ao visual ou aos aspectos psicológicos causados, tendo como referência o estudo do *design*, a fim de encontrar as interferências que esse meio causa no seu público. O percurso metodológico adotado se concentrou na análise qualitativa reflexiva sobre o tema fundamentada em uma revisão de literatura, com autores que se dedicam a estudar o assunto, e contextualizando com a Biblioteconomia. Para isso, foi feita uma pesquisa bibliográfica sistemática na área do *design*, onde se pretendeu mostrar os pontos de interseção entre o *design* e a biblioteca, fazendo a ligação entre uma abordagem e outra. Como resultados, longe de tentar esgotar a abordagem dessas questões, chama-se atenção para que essas questões não sejam vistas com triviais no contexto da biblioteca e que, portanto, possam ser mais bem tratados para o estabelecimento efetivo do vínculo entre usuário e a unidade de informação, fazendo com que ele, o usuário, tenha o sentimento de estar vinculado à biblioteca. Por último, conclui-se que o ambiente nos afeta, causando experiências e sensações prazerosas, despertando emoções que nos tornam mais apto ao aprendizado, e que os fatores estéticos têm papel importante para que o usuário consiga, em conjunto com outros elementos, alcançar a excelência de suas pretensões no espaço da biblioteca.

Palavras-chave: Design em Biblioteca. Aspectos Psicológicos. Emoção e Cognição.

ABSTRACT

Analyzes design actions in context from the library, as well as, how influences that this space cause in user. In this sense, the overall objective is analyze the importance and the influence esthetic aspect from library in users, be with regard to the visual or psychological aspects caused, with reference to the study of design, at end to find the interferences that environment causes in your audience. The route methodological approach was concentrated in the qualitative analysis reflective on the subject based on a review of literature, with authors who dedicate themselves to study the subject and contextualizing with librarianship. This was done for a bibliographic search in the are of design, where it was intended to show the points of intercession between the design and the library, making the call between one approach and another. As results, far from trying to exhaust the approach to these questions, it is pointed out that these issues are not seen as trivial in the context of the library and that, therefore, they can be better treated for the effective establishment of the bond between user and the unit Of information, making it, the user, have the feeling of being linked to the library. Finally, it is concluded that the environment affects us, causing experience and pleasurable feelings, arousing emotions that make us more apt to learn, and that the factors esthetic has the role important for the user to get, together with other elements, achieve excellence of your pretensions in the library space.

Key-words: Design in Library. Psychological Aspects. Emotion and Cognition.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	CONHECENDO O <i>DESIGN</i>: ORIGEM E CONCEITOS	14
2.1	O <i>DESIGN</i> E A BIBLIOTECA	16
3	INTERDISCIPLINARIDADE: O ELO DO ESTUDO DO <i>DESIGN</i> E ÁREAS AFINS NO CONTEXTO DA BIBLIOTECA	20
3.1	SEMIÓTICA.....	22
3.2	LAYOUT	26
3.3	ESTUDOS DE USUÁRIOS.....	27
3.4	ERGONOMIA	28
3.5	MARKETING	30
4	<i>DESIGN</i> DE BIBLIOTECA E A RELAÇÃO COM O USUÁRIO	35
4.1	FATORES AMBIENTAIS – INTERFERÊNCIAS PSICOLÓGICAS.....	39
4.2	ASPECTOS ESTÉTICOS: INFLUÊNCIA NA ENCONTRABILIDADE ENTRE USUÁRIO E BIBLIOTECA	44
5	ALÉM DA ESTÉTICA: O PAPEL DO <i>DESIGN</i> NO PROCESSO COGNITIVO ..	49
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
	REFERÊNCIAS.....	60

1 INTRODUÇÃO

Assim como a informação, o *Design* está em todo lugar, desde que acordamos, até na hora em que vamos dormir nos deparamos com o *Design* em tudo que vemos e tocamos. Não podemos desprezar sua importância em nossas vidas, nem desconsiderar sua influência em nossas decisões; sobre o que queremos usar ou não, onde queremos estar, enfim; o *Design* mexe com nossas emoções.

E é claro que as bibliotecas não podem ficar inertes diante da utilidade e dos benefícios que um *design* correto pode trazer, já que atuam em um segmento de grande competitividade e, portanto, devem diferenciar-se num cenário cada vez mais saturado e concorrido, sendo que elas se deparam diariamente com necessidades e realidades específicas. Daí a importância do *Design* em bibliotecas e sua influência nos usuários.

Tendo em vista esta influência, os bibliotecários não podem deixar de usar as técnicas do *Design* disponíveis, pois é preciso entender que as exigências e necessidades dos usuários, frequentadores deste tipo de ambiente, vão muito além das necessidades informacionais. Ter um ambiente emocionalmente atraente e bonito é decisivo na hora do cliente decidir por esse espaço ou ir para outro. Trabalhamos com informação e, por isso, temos que achar formas diversas de fazer com que elas sejam encontradas pelos seus interessados.

Em tempos de disseminação maciça da informação, onde ela pode ser encontrada de várias formas e em vários tipos de suporte e, praticamente, de qualquer lugar, a biblioteca precisa se diferenciar para que os clientes/leitores a veja de forma distinta e, com isso, crie vínculo duradouro que termine por satisfazer os propósitos de seus clientes de forma realmente efetiva. Isto vai muito além de ter bibliotecas cheias e movimentadas, essas atitudes tem que ser vista como fator decisivo para a sobrevivência profissional.

Nesse contexto, o tema deste trabalho é *design* de biblioteca como fator determinante para solucionar a pobreza estética desses ambientes, diante das novas exigências que o atual cenário apresenta, o qual extrapola a busca exclusiva pela informação, isto é, apenas a satisfação informacional dos usuários. Tendo em vista esse problema e diante das exigências das atuais necessidades dos usuários de biblioteca, podem-se formular os seguintes questionamentos para esta pesquisa:

Como o *design* pode ajudar a suprir a escassez estética dos ambientes de biblioteca? Como os aspectos estéticos interferem ou influem na relação e na encontrabilidade entre o usuário e a biblioteca? Quais são as interferências desses aspectos na cognição dos usuários?

Levantadas essas questões, o trabalho se propõe a responder esses questionamentos, pois trás uma reflexão acerca das variáveis que influenciam tanto o ambiente da biblioteca quanto sua interação com o usuário. O *Design* nas bibliotecas pode ser crucial para um melhor desenvolvimento de estratégias que visem à satisfação de seus usuários em todos os níveis possíveis, tanto nos aspectos informacionais, emocionais, e também de encontrabilidade, isto é, a capacidade que a biblioteca tem de ser encontrada por seu público-alvo ou potencial.

Com isso, o objetivo deste trabalho é analisar a importância e a influência dos aspectos estéticos da biblioteca nos usuários, seja em relação ao visual ou aos aspectos psicológicos causados, tendo como referência o estudo do *design*, a fim de encontrar as interferências que esse meio causa no seu público. Para que se alcance o objetivo proposto é necessário atingir determinados resultados individuais, indispensáveis para o pleno entendimento do trabalho.

Assim sendo, evidenciam-se aqui as peculiaridades deste trabalho, podendo-as assim explicita-las em: apresentar os principais conceitos de *design* e de como sua aplicação pode influenciar na percepção humana e, portanto, no desempenho da cognição e compreensão da informação; expor os assuntos que podem ser aplicado no contexto da biblioteca, a fim de mostrar a interdisciplinaridade que envolve tanto o *design* com outras áreas de estudo, como o próprio perfil do bibliotecário, frente à necessidade de atuar com profissionais de outras áreas; investigar os aspectos psicológicos envolvidos na relação entre o espaço e o usuário, e examinar quais fatores mais interferem nos aspectos psicológicos e, portanto, cognitivos causados por um ambiente adequado ou inadequado.

A importância de um ambiente adequado (de biblioteca, por exemplo), está no fato de que ele é capaz de gerar uma forte interação entre si e as pessoas. Com base nessa forte influência que há entre as pessoas e as “coisas” e os ambientes em que vivem, este trabalho traz uma análise reflexiva sobre os

ambientes de biblioteca e sua influência no comportamento e satisfação de seus usuários/leitores.

No que diz respeito à metodologia, optou-se por uma análise do problema levando em consideração uma abordagem qualitativa reflexiva sobre o tema, fundamentada em uma revisão de literatura, com autores que tratam do assunto, e contextualizando com a Biblioteconomia. Não é pretensão neste trabalho fazer estudo de caso nem questionário sobre as questões abordadas, mas buscar um viés para criar, no usuário, uma imagem positiva em relação à biblioteca. Para isso, foi feito uma pesquisa bibliográfica sistemática na área do *design*, onde se pretendeu mostrar os pontos de interseção entre ele, o *design*, e a biblioteca, fazendo a ligação entre uma abordagem e outra.

A pesquisa busca conhecer a ligação que existe entre essas duas vertentes, desde as primeiras bibliotecas da antiguidade, que já usavam, mesmo que de forma inconsciente, o *design* para melhorar as experiências naqueles espaços. Na área da biblioteconomia e da Ciência da Informação, ainda é muito escasso a literatura que aborda a temática do *design*.

Por isso, este trabalho traz uma abordagem teórica sobre o tema, buscando entender, por meio da análise conceitual dos elementos e do conceito de *design*, como eles interagem e podem ser aplicados nos ambientes das bibliotecas. Além disso, este estudo também pode ajudar a abrir precedentes ao mostrar a importância de um *design* adequado para as bibliotecas e com isso fazer com que mais estudos possam ser realizados, tendo como foco o *design* nos ambientes das unidades de informação.

Acredita-se, com base na literatura levantada, que um ambiente adequado pode gerar forte interação e influência no usuário, como defende Norman (2008), o que pode ser usado como meio, dentre outros, para tentar frear o êxodo de usuários, cada vez mais acentuados nas bibliotecas. Logo, é um assunto que muito interessa aos profissionais gestores de bibliotecas, que lidam com desafios diários, principalmente no que diz respeito à satisfação de seus usuários, em um mercado cada vez mais competitivo, onde a informação, hoje, é apenas mais uma das necessidades a serem satisfeitas; os usuários buscam mais que informação.

É importante frisar que a maior motivação para este trabalho é a de que todos somos usuários de biblioteca e que, portanto, sofreremos influência desse espaço, uns mais, outros menos. Por isso, tornar esse espaço o mais receptível e

agradável possível é mais que interesse profissional, é uma questão de satisfação pessoal. Para isso, temos que trabalhar juntos com os *designs* e estudar livros como *Design* emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia, que será uma das fontes usadas neste trabalho.

Quanto à estrutura, a pesquisa se divide em seis capítulos, traçados da seguinte forma: a introdução, onde se apresenta a necessidade do trabalho e se indica tanto o objetivo geral como os específicos, bem como a metodologia utilizada. O capítulo 2, onde se figuram um pouco da história e dos conceitos do *design*, necessários para o pleno entendimento do assunto em questão na sua relação com a biblioteca. O capítulo 3, em que se amarram os assuntos ligados ao *design*, para dá sentido a abordagem feita dentro do ambiente da biblioteca envolvendo o estudo do *design*. O capítulo 4 aborda o *design* da biblioteca e sua relação, bem como sua influência em seus usuários. No capítulo 5 são colocados argumentos para demonstrar as vantagens de um ambiente planejado e bonito que vão além dos aspectos estéticos, facilitando, entre outras coisas, o aprendizado. No último capítulo são colocadas as considerações finais sobre as pretensões deste trabalho, assim como a contribuição deste para os estudos da área e, em seguida, as referências, com os documentos que fundamentaram esta pesquisa.

2 CONHECENDO O *DESIGN*: ORIGEM E CONCEITOS

Antes de entrar no mérito deste trabalho, faz-se necessário mostrar algumas definições do termo *design* e trazer a luz um pouco de sua história, a fim de torná-lo compreensível a quem o termo ainda é estranho para o pleno entendimento do que se pretende atingir com o estudo em questão.

'Design' deriva do termo latino *designare*, traduzido como 'designar' e 'desenhar'. Em inglês, o substantivo *'design'* manteve esses dois significados. Dependendo do contexto, a palavra significa: 'plano, projeto, intenção, processo', ou esboço, modelo, motivo, decoração, composição visual, estilo'. No sentido de intenção, *'design'* implica a realização de um plano por meio de um espaço, padrão ou composição visual (BORJA DE MOZOTA; KLÖPSCH; COSTA, 2011, p. 15).

Essas considerações a respeito do termo *design* são bastante conhecidas e mostram claramente o sentido etimológico da palavra, dentro das características a qual a expressão foi, primeiramente, pensada. Contudo, se levarmos em consideração a etimologia da palavra *design* seu significado torna-se muito estático, mecânico e tangível e, portanto, pouco relevante para as intenções deste trabalho. Porém, assim como a palavra biblioteca sofreu alterações em seu sentido ao longo do tempo, a palavra *design* também agregou ou ampliou outros significados. Como explica Martins (2004, p. 67) "desde a pré-história o homem aplicava nas paredes tintas extraídas da natureza, cujo objetivo era encontrar a forma ideal de representar sua mensagem por meio da imagem".

Desta ótica o *design* surge com a própria aparição do homem, no sentido de intenção, quando este, ainda nas cavernas, começa a criar a maneira própria de se comunicar, por meio das pinturas ou desenhos feitos nas paredes das cavernas, atribuindo, assim, significado as coisas. Sendo assim, para Papanek (apud BORJA DE MOZOTA; KLÖPSCH; COSTA, 2011, p. 15) "todos os homens são *designers*. Tudo o que fazemos, quase o tempo todo, é *design*, pois o *design* é básico para todas as atividades humanas".

Denis (2000, p. 14) salienta que "o estudo da história do *design* é um fenômeno relativamente recente". Em concordância com essa afirmação a respeito da história recente do *design*, Borja de Mozota, Klöpsch e Costa (2011, p. 35) declaram que "a pré-história do *design* começa na Inglaterra, com o conceito de padronização da produção, que dissociou a concepção de um objeto da sua fabricação". Dentro desta consideração, Cardoso (2012, p. 15) reitera que:

o *design* nasceu com o firme propósito de pôr ordem na bagunça do mundo industrial. Entre meados do século XVIII e fins do século XIX – o período que corresponde, grosso modo, ao surgimento do sistema de fábricas em boa parte da Europa e dos Estados Unidos, [...].

Desde essa época, em consequência da evolução histórica do *design*, seu conceito foi ficando cada vez mais variado, com definições que apresentam alterações de acordo com a área em que ele é aplicado. Sobre essa ideia, Borja de Mozota, Klöpsch e Costa (2011, p. 15) reforçam que “existem muitas definições de *design*”, o que torna uma tarefa complexa determinar seu significado.

Embora, aqui no Brasil, se traduza *design* como projeto ou desenho, até como consequência da etimologia da palavra, “a maioria das definições concorda que o *design* opera a junção desses dois níveis, atribuindo forma material a conceitos imateriais” (DENIS, 2000, p. 16). Nesta declaração, percebe-se uma íntima relação entre os níveis materiais e intelectuais, ou seja, o que vemos materializa-se a partir daquilo que pensamos e sentimos, isto é, “o ‘imaterial’ passou a ser o fator decisivo em quase todos os domínios” (CARDOSO, 2012, p. 20).

É dentro dessa visão do *design*, a *priori*, enquanto domínio imaterial, intangível que será usado o conceito, neste trabalho, de *Design Emocional* e sua interação com o espaço da biblioteca. Norman (2008) aborda esse tema de forma teórica e também prática, montando o conceito de *Design Emocional* a partir da ligação de outros três tipos de *design*: o visceral, o comportamental e o reflexivo.

Para ele, o *Design Emocional* relaciona-se com a ideia de três tipos de *design*: o visceral – dominado pelos aspectos físicos, isto é, a aparência, onde há o primeiro impacto emocional imediato; o comportamental – ligado à funcionalidade, ou seja, diz respeito ao uso e ao prazer ou satisfação do desempenho ligado a determinado produto enquanto sua usabilidade; e o *design* reflexivo – que diz respeito à mensagem, ao significado do produto em uso, ou seja, a satisfação pessoal por ele evocada por meio das lembranças.

Partindo do princípio desses três tipos de *design*, explicados por Norman (2008), pode-se entender o *Design Emocional* como sendo a relação afetiva que as pessoas estabelecem na interação com os produtos e as experiências proporcionadas, resultantes dessa manifestação ou experiência pessoal. A partir desse ponto que se construirá uma reflexão sobre as questões emocionais que nos estimulam e, muitas vezes, determinam nossas escolhas. Mas, qual é a

correspondência do *Design Emocional* com a biblioteca? Qual é sua conexão com a biblioteca?

2.1 O DESIGN E A BIBLIOTECA

Os questionamentos anteriores nos obrigam a voltarmos no tempo e conhecer um pouco da gênese da biblioteca e, a partir daí, entender a relação da biblioteca com o *design*. A etimologia da palavra biblioteca¹ pouco representa seu conceito e significado para os dias atuais, até porque, como disse (FONSECA, 2007, p. 49), “[...] não há, concretamente, biblioteca no singular e sim bibliotecas, na pluralidade que se impõe em nossos dias”, o que torna seu conceito variado e cada vez mais distante da etimologia da palavra, ainda mais em tempos de bibliotecas digitais.

Aliás, se considerarmos a definição de livro², em nosso tempo, a etimologia da palavra biblioteca distancia-se ainda mais do seu real significado, uma vez que os livros, no formato como os conhecemos, apareceram por volta do século I com a criação do códice³ (CORREIA, 2000), ou seja, a biblioteca surge antes mesmo dos livros (MARTINS, 2002).

Embora seu significado etimológico sugira um lugar estático onde mais se pretendia esconder o livro do que de fato possibilitar que fosse encontrado ou perpetuado (MARTINS, 2002), para aqueles que tinham acesso, a biblioteca era um lugar místico, no sentido transcendental.

A biblioteca é o verdadeiro tesouro de um mosteiro; sem biblioteca, ele seria como uma cozinha sem panelas, uma mesa sem alimentos, um poço sem água, um rio sem peixes, [...]. E, da mesma forma por que se conserva cuidadosamente uma jóia num escrínio bem fechado, ao abrigo da poeira e da ferrugem, a biblioteca, suprema riqueza do convento, deve ser atentamente defendida contra a umidade, os ratos e os bichos (MARTINS, 2002, p. 83).

¹ “A palavra Biblioteca vem do grego *bibliothéke*, através do latim *bibliotheca*, tendo raiz *βιβλίον* (*biblíon*) e *θήκη* (*théke*). A primeira, significa livro, apontando, como a raiz latina *liber*, para a entrecasca de certos vegetais com a qual se fabricava o papel na Antiguidade. *Théke*, por sua vez, é qualquer estrutura que forma um invólucro protetor: cofre, estojo, caixa, estante, edifício” (FONSECA, 2007, p. 48).

² Livro: “Documento, formado pela reunião de folhas ou cadernos, geralmente impressos e constituindo uma unidade bibliográfica. ‘Reunião de folhas ou cadernos, soltos, cosidos ou por qualquer outra forma presos por um dos lados, e enfeixados ou montados em capa flexível ou rígida’” (CUNHA; CAVALCANTI, 2008, p. 231).

³ Também chamado de códex

Percebe-se claramente a preocupação com o ambiente da biblioteca e mais ainda a valorização da mesma enquanto pedra angular do saber, fundamental para aqueles que a utilizavam.

Embora, naquela época, episódios como a censura e a queima de livros fossem comum, atitudes para nós arcaicas e barbaramente absurdas, o pensamento que predominava era favorável tanto a existência como a manutenção das bibliotecas (MARTINS, 2002); um pensamento antigo que se contrapõe com os de muitos apocalípticos das bibliotecas físicas atuais, que pregam o fim das bibliotecas tradicionais em consequência dos avanços das novas tecnologias da informação, como informa Medeiros (2010, p. 21): “Klaus Ceynowa, diretor da Biblioteca Pública de Stuttgart, em uma apresentação na Fundação Biblioteca Nacional em 2010, previu o fim de certas bibliotecas físicas até o final de 2020, na Alemanha”. Drigo (2014, p. IX) também afirma que:

o ensino da biblioteconomia, o profissional bibliotecário e a própria biblioteca tem sido questionados em sua importância e até sua sobrevivência frente à tecnologia que se apresenta principalmente nas áreas da informação e da geração do conhecimento.

São muitos, atualmente, os que colocam em “xeque” a permanência da biblioteca tradicional. No passado, contudo, a verdade é que, por mais que as bibliotecas primitivas tivessem quase que exclusivamente função de guarda e mais claramente a função religiosa, sua finalidade extrapolava os anseios eclesiásticos: a biblioteca era um “lugar de cura da alma” (CANFORA, 1989, p. 14).

Além disso, Lísio descobriu que a maioria das bibliotecas antigas se encontravam em pórticos. Emitiu a hipótese de que a parte superior do pórtico antigo seria, em geral, completamente decorado, enquanto o solo podia ter sido utilizado para passear. Ofereceu assim a seus contemporâneos a imagem fortemente dinâmica de uma biblioteca tomando a forma de um pórtico, nos templos públicos, morada dos sábios e da erudição mais que dos livros. Longe de ser um lugar sombrio e isolado, era um espaço para erudição ao ar livre, no centro da vida antiga (NELLES, 2008, p. 206).

Esse comentário das bibliotecas na Antiguidade, em especial a de Alexandria, mostra nitidamente a preocupação, das construções das primeiras bibliotecas, em ter um *design* agradável e majestoso, tornando-a, segundo Lísio, “um lugar para o livre exercício da erudição” (NELLES, 2008, p. 204).

Em continuidade com as observações de Nelles (2008), em relação aos estudos de Justo Lísio sobre as bibliotecas na Antiguidade, especialmente a de Alexandria, o autor destaca três pontos importantes: a localização, o mobiliário e a decoração da biblioteca. É inegável, segundo esse estudo, que as bibliotecas da

Antiguidade, tinham grande cuidado com seu *design*, usando inclusive imagens decorativas para ajudar na leitura. De alguma forma, os antigos já usavam o *Design Emocional* ao tomar tais atitudes, atribuindo às bibliotecas um caráter até ostentatório, como sugere Lípsio. Mota, Mendes e Ribeiro (2013, p. 27), comentam que “toda construção arquitetônica nos revela uma história, assim acontece com a Arquitetura das bibliotecas antigas e modernas que transmitem as características da época e local onde foram construídas”.

Com isso, podemos notar que no decorrer de sua história, a biblioteca sempre manteve *status* de grandeza e, tal como a informação nela contida, de poder. Eis aí, talvez, uns dos motivos pelos quais ela teve seu acesso restrito (por um longo tempo), longe daqueles que Martins (2002) chama de profanos, isto é, leitores comuns. Estas censuras primitivas, por mais pessoais que fossem, arraigados de interesses próprios, contudo, explica Martins (2002), foram esses pioneiros que possibilitaram ao mundo a perpetuação da riqueza literária da Antiguidade, bem como a da biblioteca.

Para não fugirmos do assunto, voltemos a falar do *design* que acompanhou toda a história da biblioteca. As bibliotecas da Antiguidade eram cheias de detalhes magníficos, com *design* que, sem dúvida, ajudou a estabelecer toda uma imagem cultural de uma época. Esta afirmação chama atenção para uma característica importante da biblioteca: a de espelho cultural, enquanto representação de uma época. Podemos dizer que uma obra de arte, pintura, escultura, construção etc. pertence a determinado lugar ou época, apenas pela sua imagem, seu formato.

Borja de Mozota, Klöpsch e Costa (2011, p. 18), afirmam que “o *design* reflete as necessidades e os desejos humanos, bem como as ideias dominantes e as percepções artísticas da época”. No caso da biblioteca, sua arquitetura e *design* revelam o período histórico de um povo, o que nos leva a fazer os seguintes questionamentos: qual o legado histórico/cultural que nossas atuais bibliotecas irão deixar? Como elas serão lembradas?

O que vemos ao olhar para trás é que tanto o *design*, quanto a arquitetura das bibliotecas da Antiguidade eram feitas para impressionar, mais que isso, para agradar. Cada particularidade, desde os mobiliários até mesmo os livros, ricos em detalhes, demonstram a total preocupação em tornar a experiência naquele ambiente, o mais prazeroso possível. Isto posto, devemos reconhecer a importância

do *design*, na composição das bibliotecas, sempre tendo em mente seu papel crucial para a formação da cultura de qualquer povo. Atribui-se a isso, a biblioteca enquanto signo cultural, isto é, ao longo do tempo a biblioteca estabeleceu-se como “o fio condutor entre indivíduos e o conhecimento de que eles necessitam” (OLIVEIRA, 2011, p. 23).

Sendo assim, enquanto instituição social, devemos focar mais no usuário do que no acervo da biblioteca.

Assim, a missão do bibliotecário, que era quase exclusivamente bibliocêntrica, passa a ser também antropocêntrica; ou antes antropobibliocêntrica: designação que evidencia ser o elemento humano ainda mais importante que o documento (FONSECA, 2007, p. 50).

Esse foco perpassa em disponibilizar um ambiente que possibilite a esse usuário, condições de se tornar um agente social. Esta questão ambiental está ligada tanto a arquitetura, quanto ao *design* desses espaços, que por sua vez envolvem outras áreas do conhecimento como: ergonomia, semiótica, ambos com interferência nos aspectos psicológicos, e a ciência cognitiva, além do *Marketing* entre outras. A interdisciplinaridade é uma característica do estudo do *design* por abranger outras áreas, sobre essas questões trataremos melhor a seguir.

3 INTERDISCIPLINARIDADE: O ELO DO ESTUDO DO *DESIGN* E ÁREAS AFINS NO CONTEXTO DA BIBLIOTECA

Como vimos no capítulo anterior, falar de *design*, em qualquer contexto, nos conduz a evocar outros assuntos agregados ao estudo do *design*; na biblioteca não poderia ser diferente. A abordagem do *design* aplicado no ambiente da biblioteca nos leva a falar, entre outras coisas, de Semiótica, Ergonomia, e, por tratarmos aqui do *Design Emocional*, de aspectos psicológicos, atrelado também a Ciência Cognitiva, tendo como consequência dessas ações o *Marketing*. Vale lembrar que toda e qualquer mudança na biblioteca, como em qualquer outro ambiente, é antecedida do estudo de usuário – afinal de contas, é para ele que a biblioteca existe e para quem todo o resultado desses estudos, seja ele qual for, está direcionado.

Sobre esse aspecto, Figueiredo (1994, p. 8) nos diz que “os estudos orientados aos usuários propriamente ditos não são limitados a uma instituição, mas investigam o comportamento de uma comunidade inteira na obtenção de informação [...]”. Essas informações são extremamente valiosas no auxílio das decisões que serão tomadas, tanto nos serviços prestados como na escolha do melhor *design* para aquela instituição, já que, como dito anteriormente por Fonseca (2007), existem vários tipos de bibliotecas e, portanto, realidades diferentes.

A abordagem de estudos secundários em consequência do tópico primário, que é o *design*, nos mostram duas coisas importantes: primeiro, o caráter interdisciplinar e multidisciplinar que o profissional bibliotecário deve ter, para que possa agrupar diversos ramos do conhecimento, inclusive os que parecem mais distantes de seu habitual campo de estudo como o estudo do *design*. Morais (2015, p. 9), afirma que:

a inserção de disciplinas interdisciplinares em quaisquer currículos é uma busca de religar os saberes, tendo em vistas ligar as diferentes áreas de conhecimentos a fim de superar o pensar fragmentado. E a Biblioteconomia como uma área de conhecimento que dialoga, por meio do seu fazer, com todas as outras áreas de conhecimentos não poderia ter um currículo ‘ensimesmado’, uma vez que esta prática não favoreceria a sua própria práxis, interdisciplinar por excelência.

A luz dessa afirmação, percebemos a importância de desenvolvermos o caráter interdisciplinar ao exercer a profissão de bibliotecário, para que possamos atuar em harmonia com profissionais de outras áreas, a fim de alcançar e proporcionar um melhor resultado na satisfação dos seus usuários.

Segundo, o desafio que é tratar da temática do *design* no ambiente da biblioteca frente à complexidade que ao estudo se aplica e às intempéries financeiras (imprescindíveis para que as ações desse e de outros estudos se materializem) que atingem a quase todas as bibliotecas em nosso país. Vieira (2014, p. 36), afirma que “são raras as unidades sem problemas financeiros [...]”, sendo esse um dos principais motivos de muitos projetos não se concretizarem. Essa questão traz a tona outro tema muito importante que é a gestão da biblioteca, que envolve todas as demais questões, mas que será evitado aprofundamento neste trabalho visto ser objeto que, por sua multiplicidade e abrangência, deva ser tratado à parte.

Diante disso, podemos ter uma visão da complexidade intrínseca da profissão de um bibliotecário. Por isso, oferecer o espaço da biblioteca de qualquer jeito, sem a atenção necessária ao seu bom funcionamento, é negligenciar as ações e função de um bibliotecário e, conseqüentemente, deturpar a própria profissão e a imprescindibilidade da existência da mesma, visto que é uma atividade profissional que exige muitas competências, as quais contribuem para a execução das suas atividades. Faria et al. (2006, p. 27) afirmam que:

especialistas da informação no Brasil apontam as competências requeridas aos profissionais da informação para essa nova configuração, das quais destacamos: conhecimento interdisciplinar e especializado; capacidade de contextualização; capacidade de conceituação; conhecimento da demanda ou do cliente; domínio de ferramentas e de tecnologias de informação; adaptação ao novo, flexibilidade e abertura às mudanças; [...]

Estas competências do profissional bibliotecário (destaca-se aqui a interdisciplinaridade) são muito importantes na hora de gerir uma biblioteca, pois em alguns momentos vai interagir com profissionais de outras áreas. Estas qualidades, que precisam estar impressas na alma do ser bibliotecário, tornam-se cruciais ao se aplicar o *design* no ambiente da biblioteca, isto porque, o estudo do *design* incorpora outros assuntos em seu contexto, como já dito anteriormente.

Entre esses assuntos, começaremos a tratar sobre a semiótica, isso porque trata dos aspectos representativos que a biblioteca tem enquanto signo cultural, ou seja, aquilo que ela simboliza para a comunidade. Com base nisso, não podemos desprezar os aspectos psicológicos que afetam, inequivocamente, o usuário e geram em seu psíquico uma imagem positiva da biblioteca em consequência de um ambiente planejado.

Logo, o usuário atribui à biblioteca um significado, diante do poder que dela emana e de sua função de fonte de inspiração. Segundo Jacob (2008, p. 14) “o poder das bibliotecas não se situa apenas no mundo das palavras e dos conceitos”, assim como os livros, continua o autor, ela é signo e instrumento de poder, inclusive poder intelectual. Nesse contexto, cabe abordar a semiótica para entender seu fenômeno representativo enquanto estudo dos signos, para então percebermos a biblioteca como um destes.

3.1 SEMIÓTICA

O que vem em nossas cabeças quando pensamos em biblioteca? O que, de fato, elas representam para nós?

Há muito tempo, a biblioteca teve seu conceito atualizado de caixa de livro ou coleção de livros, para “centros de documentação” (LEMOS, 2015, p. 286), “unidade informacional” (VIEIRA, 2014, p. 2) ou, como Ranganathan (2009, p. 241) chamou, “organismo em crescimento”, devido seu caráter transformador e adaptativo. São muitas as definições atuais, ainda mais com as novas formas de bibliotecas, como as digitais. Qualquer bibliotecário sente-se familiarizado com esses conceitos e definições, inclusive o estudante de biblioteconomia, em seus primeiros anos de curso, conseguirá definir biblioteca com alguns desses conceitos, facilmente decorados.

Para os bibliotecários não é difícil saber o significado e a representatividade que a biblioteca possui, visto que grande parte desses profissionais atua nesse local. Porém, o que a biblioteca significa para o usuário? Qual é o significado, isto é, o conceito que eles têm desse lugar chamado biblioteca? Esses questionamentos, juntamente com os outros que encabeçam este tópico, somente poderiam, de fato, ser respondidos perguntando para os mais variados usuários dos mais diversos tipos de biblioteca, e, a partir daí, criar um conceito com base nas respostas dadas.

Contudo, não é pretensão neste trabalho fazer um estudo de caso nem tão pouco questionário sobre essas questões, e sim buscar um viés para que se criem formas de gerar no usuário uma imagem positiva ao ser questionado sobre a representatividade da biblioteca para ele; um conceito seja ele qual for que represente ou pelo menos se aproxime daquele que a ela é atribuído.

Dentro deste contexto, e com a proposta de fortalecer, através da aplicação do *design*, uma imagem favorável dos usuários em relação à biblioteca, a semiótica se apresenta, neste caso, como ponto de partida para se entender a biblioteca enquanto signo, bem como o significado que gostaríamos que a ela fosse atribuído. Esse entendimento de biblioteca como signo se dá pela definição de Peirce (1975, p. 94), onde “signo, ou *representamen*, é algo que, sob certo aspecto ou de algum modo, representa alguma coisa para alguém”.

Neste sentido, a semiótica ao estudar o signo, aborda não apenas sua representatividade, mas sua linguagem, ou seja, a mensagem que ele transmite. Para Peirce (2000), o signo representa o objeto, não em todos os aspectos, mas como referência a um tipo de ideia. Seus estudos apontam três tipos de signos, a saber: o ícone que diz respeito à ligação afetiva do signo com o objeto em si, como por exemplo, uma biblioteca; o índice que representa uma espécie de herança deixada por experiências ao longo da vida e que remete a um sinal, como exemplifica Peirce (2000), um homem que anda gingando é provável que seja um marinho; o símbolo que é a junção ou associação nata que estar ligada e representa o signo.

Embora Santaella (1983, p. 55) destaque que “o esforço de Peirce era o de configurar conceitos sgnicos tão gerais que pudessem servir de alicerce a qualquer ciência aplicada”, seu estudo é de grande complexidade com um conjunto de observações sobre a representação triádica do signo (signo, objeto, interpretante), base de sua teoria. Com isso, cabe aqui apontar a importância desses estudos para se perceber as relações que há entre o signo consigo mesmo e com seu objeto, ou seja, como que a biblioteca através do seu caráter qualitativo, isto é físico, pode transmitir uma mensagem e assumir um significado para seu usuário.

Além do mais, a visão de Peirce analisa um dos aspectos que trataremos mais adiante que é a interação do ambiente com o corpo e este com a mente, que gera interferência no cognitivo. Sobre essa questão Farias (1999, p. 12), comenta que:

de um ponto de vista Peirceano, portanto, mente e matéria nunca devem ser vistas como tipos absolutamente distintos de substância, ou mesmo como aspectos inteiramente separados de um mesmo fenômeno. A matéria deve ser considerada uma especialização da mente (cf. CP 6.268), de tal modo que, embora a matéria seja vista como nada além de mente sob o domínio de hábitos fortemente estabelecidos, algumas propriedades da mente (tais como uma certa capacidade para adquirir e modificar seus hábitos) ainda se apliquem a ela.

Esse pensamento indica a relação entre a mente e a matéria, o que, por consequência, leva o indivíduo a estabelecer, através dessa experiência, uma representação psíquica do signo (BARTHES, 1964), isto é, um significado. Diante disso, levanta-se a necessidade de fazer uma rápida abordagem para o entendimento do que é significado dentro da semiótica.

Para Coelho Netto (2001, p. 72), significado “é o efeito direto realmente produzido no intérprete pelo signo”, ou seja, é a imagem ou ideia que cada pessoa cria sobre determinado objeto em sua mente. Já Barthes (1964, p. 46), considera que o significado “não é uma ‘coisa’, mas uma representação psíquica da ‘coisa’”. Com isso, para que a biblioteca tenha o significado que ela espera ter de seu usuário, deve se apresentar de forma que sua imagem produza esse efeito, pois “o primeiro efeito significativo próprio de um signo é um sentimento por ele produzido” (PEIRCE apud COELHO NETTO, 2001, p. 73).

Após Peirce, conhecido como pai da semiótica, outros autores também trataram dessa temática. Para Nöth (2003, p. 17), “a semiótica é a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura”. Por essa razão, acompanha o homem, num primeiro momento de forma implícita, desde os desenhos nas cavernas. Enquanto estudo, Santaella (2008, p. 11) destaca que:

o estudo das linguagens e dos signos é muito antigo. Embora a semiótica só tenha ficado conhecida como uma ciência dos signos, da significação e da cultura, no século XX, a preocupação com os problemas da linguagem já começaram no mundo grego.

Já que a semiótica estuda os signos, e também suas ações, torna-se pertinente abordá-la no contexto da biblioteca, isto porque signo, segundo Santaella (2008, p. 8), e como já colocado acima,

é qualquer coisa de qualquer espécie (uma palavra, um livro, uma biblioteca, um grito, uma pintura, um museu, uma pessoa, uma mancha de tinta, um vídeo etc.) que representa uma outra coisa, chamada de objeto do signo, e que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial, efeito este que é chamado de interpretante do signo.

É por isso que se deve procurar representar a biblioteca enquanto signo, para que ela tenha significado para aqueles que a frequentam e valor indissociável de sua função social e cultural, e não meramente um lugar para se guardar livros. Coelho Netto (2001, p. 23) afirma que “o valor de um signo pode ser determinado por aquilo que está à volta do signo, em seu entorno”. Sobre esse aspecto Jacob (2008, p. 15) explica que:

por sua arquitetura, definição de seu público, princípios que ordenam suas coleções, pelas opções tecnológicas que terminam a acessibilidade e a

materialidade dos textos, assim como pela visibilidade das escolhas intelectuais que organizam sua classificação, toda biblioteca dissimula uma concepção implícita da cultura, do saber e da memória, bem como da função que lhes cabe na sociedade de seu tempo.

Dito isso, cabe perguntar: qual a função ou significado que as atuais bibliotecas estão tendo?

A função e as práticas de uma biblioteca não podem se limitar a serviço de empréstimo e devolução apenas, fundamentais sim, mas não o fim em si de sua função e significado. Aliás, a função de uma biblioteca está ligada ao público a quem ela é destinada, e seu significado tem que ser, para esse usuário, no mínimo de uma biblioteca ideal dentro do que ela se propôs a ser e a fazer.

Toda biblioteca conserva a lembrança das que a precederam, e que talvez a tenham sonhado. A biblioteca ideal se situa assim na encruzilhada da arqueologia e da utopia arquitetônica, da nostalgia das memórias perdidas e das reconstruções que fazem as cinzas e a terra falar (JACOB, 2008, p. 17).

Com base nisso, podemos afirmar que o passado, presente e futuro coexistem na biblioteca e por essa razão pode haver a ruptura do lapso temporal, fazendo com que ela se perpetue pelos incontáveis séculos ainda por vir. Claro, que o futuro da biblioteca é resultado do que ela é atualmente; logo, fazer com que ela tenha significado hoje é muito importante. Isso está além de seu serviço de empréstimo e devolução e também de um espaço bonito. “A partir de então, não basta algo ser formalmente agradável, ser funcional, prover uma boa interface. É mister também o produto⁴ portar a mensagem adequada, dizer o que se pretende para quem interessa” (NIEMEYER, 2009, p. 18).

E essa mensagem precisa estar de acordo com o contexto em que ela está inserida, por isso, a semiótica é importante no estudo do *design* aplicado na biblioteca, pois segundo Niemeyer (2009, p. 19) “a semiótica ilumina o processo no qual se dá a construção de um sistema de significação”. É evidente que o significado de uma biblioteca está relacionado à imagem que ela passa e que é criado em nossa mente, resultado, entre outras coisas, da maneira como ela se apresenta, isto é, de um *layout* planejado e adequado. Isso porque o conceito que damos a algo está ligado ao que vemos como explicam Santaella e Nöth (2001, p. 15):

não há imagens como representações visuais que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que as produziram, do mesmo modo que não

⁴ “Aplicamos o termo produto na acepção de resultado de um projeto de *design*, seja ele um objeto de uso, máquina, mobiliário, jóia, seja uma peça de comunicação visual, material impresso, página na internet, embalagem” (NIEMEYER, 2009, p. 18). Aqui também usado para representar uma biblioteca.

há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais.

Logo, o arranjo adequado dos elementos de uma biblioteca torna-se necessário, se quisermos realmente gerar na mente dos usuários a imagem de uma biblioteca ideal. A gestão do espaço da biblioteca precisa ser eficiente, para não gerar desconforto visual e fazer com que o usuário tenha o mínimo de esforço na hora de assimilar o conteúdo de estudo. E como já abordado neste tópico, o indivíduo, através dos seus sentidos, interpreta o que está a sua volta, tendo reações provocadas pelos elementos que lhe são apresentados. Diante disso, Abre-se um parêntese para falarmos, sucintamente, da forma como a biblioteca se apresenta, isto é, seu *layout*.

3.2 LAYOUT

Antes de continuarmos é importante abrir um parêntese e falar um pouco do *layout*. Sua necessidade para o estudo do *design* na biblioteca está no fato de que o ambiente influi o ser humano em vários aspectos, inclusive em seu desempenho intelectual. Ambrose e Harris (2012, p. 6) declaram que:

o *layout* está relacionado com a disposição de elementos de texto e imagem em um *design*. A maneira como esses elementos são posicionados, tanto um em relação ao outro quanto no projeto como um todo, afeta o modo como o conteúdo é recebido pelos leitores, e também sua reação emocional ao *design*.

Com base nisso, deve, portanto, haver um arranjo físico planejado com harmonia entre todos os elementos dispostos no ambiente. O mau aproveitamento do espaço pode levar a muitas consequências, inclusive desperdício de tempo e dinheiro, e claro desconforto do usuário bem como dos funcionários da biblioteca. Ambrose e Harris (2012, p. 10) afirmam que “o *layout* é utilizado para controlar ou ordenar a informação, mas, além disso, ele também pode ser usado para dar suporte à criatividade”. Esta afirmação evidencia que há interferência do espaço em nossa capacidade cognitiva, nos ajudando ou atrapalhando na hora do aprendizado. Isso nos ajuda a criar uma imagem positiva do ambiente da biblioteca e da biblioteca em si, o que nos leva de volta a semiótica.

Na verdade, todos os assuntos aqui levantados estão de alguma forma interligados e atraem uns aos outros na medida em que avançam as considerações sobre eles. A semiótica e o *layout*, por exemplo, levam a compreensão da biblioteca

enquanto sua imagem e ao significado a ela atribuído e, conseqüentemente, sua identidade. Uma vez feitas essas considerações, passemos para outro ponto importante dentro do contexto da biblioteca que está relacionado ao entendimento daqueles a quem ela serve. Isso é necessário para que se possa projetar um ambiente que, efetivamente, satisfaça seu usuário, o que é possível pelo estudo de usuário.

3.3 ESTUDOS DE USUÁRIOS

Seria um erro pensar em *design* de biblioteca, sem antes conhecer o público para quem ela é destinada. O estudo de usuário é uma temática significativa em qualquer abordagem realizada na biblioteca, e é imperativo para as pretensões da temática do *design* aplicada no ambiente da biblioteca. Muito comumente, esses estudos visam identificar quais as necessidades informacionais dos usuários, isto é, verificar se o acervo da biblioteca satisfaz as carências informacionais da comunidade, bem como fazer a avaliação da satisfação do usuário em relação aos serviços prestados pela biblioteca. Vieira (2014, p. 48), aborda essa questão explicando que:

o estudo de usuário normalmente nasce da necessidade de entender os desejos e a avaliação do usuário em relação ao acervo e aos serviços prestados, além da busca de dados que norteiem o aperfeiçoamento e a promoção de todo o leque de serviços oferecidos.

Como vimos, a aplicação do estudo de usuário na biblioteca busca, quase que primordialmente, medir o grau de satisfação dos usuários, assim como dos serviços prestados pela unidade informacional. Em conformidade com a ideia acima, Figueiredo (1994, p. 7), afirma que:

estudos de usuários são investigações que se fazem para saber o que os indivíduos precisam em matéria de informação, ou então, saber se as necessidades de informação por parte dos usuários de uma biblioteca ou de um centro de informação estão sendo satisfeitas de maneira adequada.

Mais uma vez, percebemos a prevalência em saber se a necessidade informacional do cliente está suprida. O que percebemos na literatura que aborda essa questão, geralmente, é essa: uma maior preocupação com o acervo, considerando o documento até mais importante que a informação contida nele, e uma menor preocupação com o usuário (OLIVEIRA, 2011). Contudo, o que se pretende neste trabalho ao abordar o estudo de usuário é em conhecer o público a

quem a biblioteca está servindo e, a partir daí, pensar em desenvolver um *design* que interessa a sua comunidade, uma vez que buscamos mais do que satisfação informacional.

Conhecer o usuário é fator primordial para se projetar um ambiente agradável e evitar tomada de decisões equivocadas, que gerem desconforto físico e mental, ocasionando na insatisfação destes. Sendo assim, ficamos com a declaração de Figueiredo (1994, p. 7), onde diz que “estes estudos são, assim, canais de comunicação que se abrem entre a biblioteca e a comunidade a qual ela serve”.

Uma vez estabelecido o diálogo com o usuário, e expressados seus anseios, fica bem mais precisa as decisões a serem tomadas no que tange o *design* apropriado para a biblioteca. Mediante isso, os demais pontos abordados no seu contexto, atrelados ao *design*, podem então ser discutidos de maneira mais incisiva e coerente, sem exageros ou equívocos. Um desses pontos a serem tratados dentro do *design* de biblioteca sem dúvida é a ergonomia, já que trata das adaptações necessárias para as limitações humanas, assim como as habilidades, as quais podem levar, se estiver inadequado o ambiente, ao desconforto e, conseqüentemente, insatisfação tanto do usuário da biblioteca, quanto do próprio profissional bibliotecário.

3.4 ERGONOMIA

Após conhecer e entender o público para quem a biblioteca se destina, pode-se então pensar nas demais implicações que envolvem o estudo do *design* na biblioteca. Uma das disciplinas fundamentais para o estudo do *design* é a ergonomia. Embora a ciência ergonômica, como indica Lida (2005), esteja voltada, genericamente, para o estudo da interação do homem com a máquina a fim de melhorar a eficiência no ambiente de trabalho, estender-se-á este termo, também, para o trabalho⁵ realizado pelos usuários no recinto da biblioteca.

Sobre as definições de ergonomia, Lida (2005, p. 2) chama atenção para a variedade de definições atribuída ao termo. Ela entende ergonomia como “o estudo

⁵ “O trabalho aqui tem uma aceção bastante ampla, abrangendo não apenas aqueles executados com máquinas e equipamentos, utilizados para transformar os materiais, mas também toda situação em que ocorre o relacionamento entre o homem e uma atividade produtiva” (IIDA, 2005, p. 2).

da adaptação do trabalho ao homem”. Embora a abordagem ergonômica vise essa relação do homem, enquanto funcionário, e o trabalho por ele desempenhado em determinada empresa ou instituição, Abrahão et al. (2009) abordam a ergonomia enquanto disciplina que objetiva transformar o trabalho, em suas diversas dimensões, tornando importante sua abrangência a toda atividade produtiva do homem, isto é, toda obra que exija esforço físico ou intelectual.

Seguindo essa ideia da abrangência ergonômica, Abrantes (2004, p. 7) reitera que “o campo de aplicação da ergonomia é amplo e irrestrito”, podendo, dessa forma, abarcar todas as atividades do dia a dia das pessoas. Nessa linha de pensamento, Corrêa e Boletti (2015, p. 2) afirmam que “atualmente, a ergonomia é mais abrangente, contando com inúmeras áreas do conhecimento e sendo aplicada não somente no ambiente de trabalho, mas em qualquer produto que o homem possa utilizar”.

É dentro desse entendimento macro que será utilizado neste trabalho o termo ergonomia que, juntamente com o *design*, atuarão de forma conjunta pra um objetivo comum: a satisfação do usuário da biblioteca.

Para elencar um maior entendimento desse assunto, se usará o conceito de ergonomia da Associação Brasileira de Ergonomia⁶ (apud IIDA, 2005, p. 2) que adota a seguinte definição:

entende-se por Ergonomia o estudo das interações das pessoas com a tecnologia, a organização e o ambiente, objetivando intervenções e projetos que visem melhorar, de forma integrada e não dissociada, a segurança, conforto, o bem-estar e a eficácia das atividades humanas.

Como visto, as ações ergonômicas são indissociáveis das atividades humanas, inclusive no ambiente das bibliotecas. Sobre essas ações, Corrêa e Boletti (2015, p. 8) afirmam que “as atividades são sempre focadas em garantir que um sistema ou produto esteja de acordo com as necessidades dos usuários [...]”. Eles acrescentam que entre outras atividades ergonômicas, está a de avaliar o ambiente de trabalho e seus efeitos nos usuários, isso porque o ambiente afeta diretamente no conforto e, conseqüentemente, na satisfação destes. Logo, torna-se indispensável às considerações sobre ergonomia aplicada ao *design* de biblioteca, dada sua importância na construção de um ambiente adequado.

Vale ressaltar que um ambiente ergonomicamente adequado, além de ser benéfico para o usuário, também facilita as atividades do bibliotecário. Silva (2008,

⁶ (ABERGO) pode ser pesquisado no site: www.abergo.org.br

p. 74) afirma que “o ambiente da biblioteca necessita de boas condições para que o trabalhador e consequentemente o usuário possam sentir-se dispostos a desenvolver suas atividades”. Neste sentido, Blattmann e Borges (2005, p. 62) explicam que:

Cada vez mais estão sendo aplicados aspectos ergonômicos em bibliotecas, colaborando significativamente para a produtividade e qualidade de vida no trabalho. Questões como as condições do trabalho prejudicam o desempenho físico e mental continuam sendo respondidas lentamente. É necessário enfatizar a necessidade de análise ergonômica e principalmente sua divulgação e prática tanto em níveis de trabalho, mas também em níveis teóricos, na formação das novas gerações de profissionais.

Com base nessas considerações, muitas ações ergonômicas vêm sendo aplicada no ambiente da biblioteca com o intuito de melhorar tanto o desempenho físico como mental. Com isso, percebemos a relevância da iniciativa ergonômica para o desempenho das atividades tanto dos profissionais como dos usuários das bibliotecas, haja vista que os aspectos cognitivos, necessitam de condições físicas adequadas (SILVA, 2008).

Tendo em vista a importância da ergonomia na execução das atividades do homem, deve-se levar em consideração sua aplicabilidade no ambiente da biblioteca, para que o usuário possa alcançar excelência em sua atividade e produtividade na absorção do conhecimento. Isso nos leva a tratar também do *marketing* da biblioteca, como consequência de todas as ações aplicadas no ambiente da biblioteca e consolidando sua imagem positiva em relação aos usuários.

3.5 MARKETING

O *marketing* já é abordado no âmbito da biblioteca há muito tempo, porém muito de sua utilização está voltada para a divulgação de produtos e serviços por ela oferecidos, como menciona Conroy (1987, p. 24): “[...] o *marketing* não é desconhecido nas bibliotecas [...]. Mais comumente, entretanto, o *marketing* é associado com as práticas aceitas, discretas e tradicionais, tais como publicidade, relações públicas, quadros de aviso e serviços à comunidade”. Como mencionado pela autora, em geral, as atividades de *marketing* em bibliotecas são pontuais e restritas, muitas vezes, a divulgações diversas. Contudo, esta ação é apenas uma parte do processo de um *marketing* (OLIVEIRA, 1985, p. 138).

Para Job (2004, p. 452) “o *marketing* defende um melhor relacionamento entre quem oferece uma proposta a quem a percebe, [...]”. Eventualmente as propostas visam à satisfação de uma necessidade informacional do usuário, isto é, a prática do *marketing* é usada para promover um produto ou serviço da biblioteca. São inúmeros os trabalhos que abordam o *marketing* como ferramentas para promoção dos recursos da biblioteca.

Contudo, as pretensões deste trabalho apontam mais para o *marketing* institucional, ou seja, a promoção da própria biblioteca. Todas as aplicações do *design* na biblioteca, entre outras coisas, podem levar a divulgação da mesma, estabelecendo para a instituição uma marca que agrega valor a ela. Com isso a biblioteca cria sua própria identidade, formando uma imagem que, com as experiências vividas pelos usuários no seu ambiente, gera benefícios, como a encontrabilidade da biblioteca, questão que abordaremos em outro momento.

Para Menck e Moriguchi (2008, p. 21) “*marketing* é um conjunto de atividades que visa satisfazer as necessidades e desejos do consumidor, através de processos de troca, com a finalidade de lucro”. Mas qual o lucro que uma instituição sem fins lucrativos, como a biblioteca, pode ter? Talvez a resposta para esse questionamento seja a sua própria existência. Um dos lucros que a biblioteca pode ter com essas ações é de se perpetuar pela história da humanidade, isso se ela tomar, agora, atitudes que levem a um presságio de um futuro auspicioso.

As bibliotecas encontrarão necessidade ainda maior de diferenciar-se pela própria exigência dos cidadãos que pedem adaptações específicas para o contexto local. A partir do momento que as bibliotecas se adaptarem, tornando-se mais diversificadas em suas estruturas, papéis e funções, as tendências de padronização nacional e fontes de recursos podem cessar (CONROY, 1987, p. 29).

A abordagem sugere que o *marketing* da biblioteca pode gerar maior interesse do usuário em relação ao que a biblioteca pode oferecer. Dentre essas exigências dos cidadãos, acrescenta-se aqui a necessidade da biblioteca ter um espaço agradável. A necessidade de mudança existe e não pode ser ignorada. Aliás, mudança talvez não fosse termo mais adequado a ser usado, o que pode ser feito, quem sabe, seja retomar o que antes já havia sido feito nas bibliotecas da Antiguidade, onde as necessidades, a concorrência e a demanda não eram tão grandes como agora.

Importante frisar que o *marketing* da biblioteca é o *marketing* do próprio profissional bibliotecário que a administra. Amaral (1996, p. 4) compartilha desse ponto de vista ao afirmar que:

a adoção do marketing em unidades de informação é vista como uma forma de valorizar o profissional da informação, melhorando a sua imagem mediante o uso aprimorado de técnicas para fazer trocas adequadas, quebrando as barreiras na comunicação entre as unidades de informação e seus usuários para melhor satisfazer as necessidades informacionais desses usuários.

Neste panorama, o marketing tem papel fundamental para valorizar não apenas a instituição biblioteca como o próprio bibliotecário que atua nela. Por isso, para se obter sucesso é necessário cravar na imagem da biblioteca uma marca própria que seja indissociável a ela.

Como já vem sendo abordado no decorrer do trabalho, reforça-se aqui, novamente, a necessidade da biblioteca estabelecer uma relação mais íntima com a comunidade; uma ligação emocional com seus clientes. O *marketing* trabalha bem essa questão e tantas outras implicações que nenhum profissional deve ignorar sua aplicação no contexto de sua profissão; o bibliotecário não é exceção. A biblioteca precisa, com o *design* por meio das aplicações do *marketing*, se diferenciar em um mercado informacional cada vez mais saturado. E como ser diferente? Sendo uma marca!

O que é mais singular, impar do que uma marca? Wheeler (2012, p. 12), afirma que “as pessoas se apaixonam pelas marcas, confiam nelas e acreditam em sua superioridade” e ainda, continua a autora, cria intimidade e ligação emocional, tornando-se insubstituíveis para clientes, e estabelecendo relações duradouras. Eis aí o motivo pelo qual não se poderia fugir da abordagem do *marketing* no estudo do *design* no ambiente da biblioteca, pois “o *design* é um processo iterativo, que busca integrar o significado com a forma” (WHEELER, 2012, p. 134).

Com isso, o significado se dá pelo entendimento do cliente, alvo das ações de *marketing*, à medida que a marca é usada, o que leva a necessidade da marca representar, significar alguma coisa para alguém. Os logos, por exemplo, poderiam ser mais explorados pelas bibliotecas, com maior apelo na sociedade.

Símbolos são veículos de significados. Quanto mais são usados e mais as pessoas entendem o que representam, mais poderosos se tornam. Eles são a forma de comunicação mais rápida à nossa disposição. O significado raramente é imediato e precisa evoluir com o tempo (WHEELER, 2012, p. 44).

Com isso, os símbolos, por terem um forte apelo, podem inclusive ser a ponte entre a biblioteca e o usuário para que este, uma vez nela, possa se inspirar com o ambiente a sua volta. Há, portanto a correspondência biunívoca entre o *design* e o *marketing* no recinto da biblioteca. Por isso, trazer a comunidade para dentro da biblioteca é a ação primeira, pois “uma biblioteca, em última instância, só adquire sentido pelo trabalho de seus leitores” (JACOB, 2000, p. 11).

A luz dessas ideias apresentadas fica inequívoca a importância do *marketing* para tornar a biblioteca visível no que tange seus aspectos estéticos e, portanto, criar um novo paradigma no que se refere à imagem da biblioteca, distanciando-se de uma visão estática e pouco atrativa, a qual muitos atribuem a ela, diminuindo assim seu valor, que também está lidado a questão estética. Sobre essa questão da estética, Schmitt (2002, p. 33) explica que:

os filósofos sustentam, todavia, visões divergentes sobre como o valor estético é proporcionado. Alguns argumentam que objetos proporcionam valor estético por possuírem determinadas características estruturais que atraem as pessoas, como unidade formal, boa Gestalt ou outras qualidades atraentes. Outros afirmam que objetos proporcionam benefício estético graças a sua referenciabilidade, isto é, por funcionar como símbolos que lembram outras coisas agradáveis.

A despeito dessa discussão, o que interessa é trazer o usuário para mais perto da biblioteca. Muitas são as variáveis que levam o usuário a frequentar a biblioteca; aqui se procura mostrar apenas algumas delas sem a pretensão de enaltecer uma ou destacar outra como a mais importante. Todas tem grau de importância equivalente e precisam de atenção individual, com tratamento adequado para cada realidade abordada. O importante é dá todas as razões possíveis para que o usuário possa decidir em ir até uma biblioteca, e que essas razões possam ser mais do que necessidades informacionais.

Embora não seja possível fugir da abordagem desses temas, não se pretende ater nem se aprofundar nesses conceitos, deixando apenas um vislumbre do que eles representam para o *design* dentro do ambiente da biblioteca. Cabe o aprofundamento de cada uma dessas abordagens para outro momento.

Ate aqui se pretendeu chamar atenção para um dos fatores que, sem dúvida, dentro do que já se falou, gera grande influência nas decisões do usuário, no que diz respeito sua deliberação em ir ou não à biblioteca.

Após essas considerações sobre o elo entre o *design* e outras áreas, procurou-se, até o presente, com inúmeras voltas, amarrar a ideia da importância do *design* no ambiente da biblioteca aqui defendida. Tendo feito isso, passaremos adiante com o desenrolar da questão, chegando ao cerne da abordagem proposta que é a interferência causada pelo *design* na relação usuário/biblioteca.

4 DESIGN DE BIBLIOTECA E A RELAÇÃO COM O USUÁRIO

As considerações a respeito do *design*, feitas anteriormente, direcionam para este momento em que se abordará a relação do *design* com o usuário. As ações do processo de *design* aplicado no ambiente da biblioteca não são um fim em si mesma, isto é, as mudanças ambientais que diz respeito às questões estéticas causadas pelo *design*, não servem para alimentar o ego do profissional que atua na biblioteca, mas são ações intencionais que visam propósitos específicos, que por sua vez possam culminar na satisfação dos usuários.

O design, como o entendemos hoje, é um processo consciente e deliberado que busca organizar materiais (com suas linhas, texturas e cores) e diferentes formas a fim de alcançar determinado objetivo, seja funcional ou estético (GURGEL, 2002, p. 21).

Todos nós sofremos influência deste processo de *design* aplicado nos ambientes a nossa volta e, conseqüentemente, também reagimos aos estímulos das coisas que nos rodeia. Sobre essa questão, Gurgel (2002, p. 45) explica que “as pessoas reagem diferentemente a diferentes estímulos visuais. O que para um indivíduo é agradável e relaxante pode ser considerado monótono para outro”. Por isso, é necessário cuidado ao se planejar um ambiente de biblioteca, uma vez que ela atende usuários dos mais variados tipos.

O *design* afeta a percepção do lugar a nossa volta e “é principalmente pela visão que o homem amplia o seu conhecimento do mundo” (NOJIMA, 2014, p. 200). Sabendo disso, o *design* busca formas de facilitar a relação ou interação do usuário com determinado produto ou ambiente, e com isso criar formas diversas de alcançar a satisfação desses clientes. Esse é o resultado que se espera de um *design* adequado: facilitar a interação com o usuário e, como consequência disso, satisfazer seus clientes; é essa a importância do *design* no ambiente da biblioteca.

Segundo Gurgel (2002, p. 21):

a importância do *design*, na atualidade, torna-se evidente quando percebemos que o *design* aplicado a qualquer elemento afeta não somente os objetos que interagem com ele e as pessoas que o utilizam, mas, mais abrangentemente ainda, afeta nosso ambiente⁷.

Sabendo disso, e diante da consideração de Gurgel (2002), podemos perceber o quanto o *design* liga o indivíduo ao objeto ou lugar onde ele se encontra.

⁷ Para fins de esclarecimento, o termo ambiente em questão, abordado pelo autor, é o mesmo que consideramos neste trabalho para todos os casos em que o termo é empregado, definido como: “Porção de espaço dentro de uma edificação, separada de outros espaços semelhantes por paredes ou divisórias” (CHING, 1999, p. 20).

Essa ponderação fica ainda mais patente com a opinião de Bomfim (2014, p. 23) ao afirmar que:

design é uma atividade que configura objetos de usos e sistemas de informação e, como tal, incorpora parte dos valores culturais que a cerca, ou seja, a maioria dos objetos de nosso meio são antes de mais nada a materialização dos ideais e das incoerências de nossa sociedade e de suas manifestações culturais assim como, por outro lado, anúncio de novos caminhos.

Em posse desses argumentos, podemos então perceber o vínculo que há ou que deveria haver entre o *design* da biblioteca e a comunidade que a cerca, uma vez que “o *design* de uma comunidade expressa as contradições desta comunidade e será tão perfeito ou imperfeito quanto ela” (BOMFIM, 2014, p. 24).

Feitas essas considerações preliminares, podemos afirmar que, nesse contexto, o *design* desempenha um papel fundamental na interação que se busca entre a biblioteca e o usuário. Suas ações possibilitam as organizações, bem como as bibliotecas, adquirirem identidades próprias e, com isso, estabelecer uma relação indissociável entre elas, seus produtos e serviços, e seus clientes.

De todas as maneiras pelas quais o *design* pode influenciar nosso pensamento, a única reconhecida amplamente foi seu uso para expressar a identidade das organizações. Impérios, exércitos, marinhas, ordens religiosas e empresas modernas, todos usaram *design* para transmitir ideias sobre o que são, tanto para o público interno como para o mundo exterior (FORTY, 2007, p. 301).

Esse pensamento reforça a ideia de Jacob (2008) que diz que toda biblioteca é a concepção implícita da cultura e da sociedade de seu tempo, isto é, a biblioteca não apenas serve determinada comunidade, ela a representa, espelha sua cultura e pensamento. Talvez por isso, as atrocidades da guerra tanto no passado, com os episódios da queima de bibliotecas importantes como a de Alexandria, por romanos e mulçumanos (CANFORA, 1989), e no presente com destruição de bibliotecas, centros históricos e culturais realizados pelo Estado Islâmico, “justifique” essas infames práticas do homem nesses locais.

As bibliotecas são mais que lugares onde se organizam livros em estantes. Elas são a representação intelectual, cultural e a memória de um povo. Destruí-las significa, entre outras coisas, a destruição da identidade de uma cultura, visto que há uma ligação entre a biblioteca e a comunidade. Dentro desta consideração o *design* vem reforçar esta ideia, já que são ações que são mais do que elementos decorativos, atrativos ou funcionais. “De fato, *design* é mais do que isso, ele é uma contribuição cultural que reflete em larga extensão a civilização da sua época” (MORAES, 2013, p. 2).

Essas alegações sobre a biblioteca, enquanto reflexo da sua comunidade, mostram a importância de se estabelecer uma relação mais íntima com o usuário e, nesse aspecto, o *design* exerce papel importante. Ele ajuda a fazer com que se criem lembranças felizes sobre os objetos e lugares, tornando a associação daquele espaço ou objeto intrínseco de seu valor, causando o apego e com isso favorecendo sentimentos positivos.

Em suas reflexões sobre coisas que nos trazem lembranças e que faz bem lembrar, Damazio (2014, p. 103) explica que “elas ilustram uma surpreendente relação entre as pessoas e o meio físico e encerram valiosas contribuições para o engajamento do *Design* no projeto de produtos capazes de favorecer sentimentos positivos”. Mas como tornar a biblioteca memorável? Como fazer com que ela seja um lugar que faz bem lembrar?

Essas questões vêm sendo respondidas ao longo do trabalho com a abordagem do *design* no ambiente da biblioteca. Mota, Mendes e Ribeiro (2013, p. 25-26) afirmam que:

as bibliotecas não podem ser desconfortáveis, sem vida e totalmente silenciosa. Devem sim ser um ambiente agradável de convivência onde todos tenham prazer em se encontrar e discutir sobre determinada literatura ou simplesmente apreciar o prazer de uma boa leitura.

Neste sentido, os autores sugerem que há forte influência do ambiente da biblioteca nos seus usuários. Com isso, a aplicação de um *design* adequado na biblioteca pode proporcionar a ela ter uma importância especial na vida de seus usuários, criando dessa forma um vínculo efetivamente duradouro e estável. Para que isso aconteça é necessário certa frequência dos usuários no uso do espaço das unidades de informação. Além disso, esses espaços precisam evocar sentimentos positivos a fim de convencer o usuário a retornar para a biblioteca, tornando possível criar esse laço; algo que faça com que a biblioteca se torne parte do usuário.

A isso demanda o fato dos usuários se sentirem úteis para a biblioteca, onde sua presença seja algo indispensável. Mota, Mendes e Ribeiro (2013), ressaltam a importância da participação do usuário para contribuir nas tomadas de decisões relevantes ao projeto arquitetônico das bibliotecas. Estende-se a isso, a toda e qualquer ação realizada na biblioteca, para fazer com que o usuário se sinta querido, importante, valorizado e receba o devido reconhecimento de suas contribuições na construção de uma biblioteca memorável.

Percebido o vínculo entre o *design* e a biblioteca e seu papel na construção da relação com o usuário, e uma vez entendido que sendo a biblioteca uma instituição social, temos que ter a consciência de que como profissionais bibliotecários, gestores de bibliotecas, nossas ações nela aplicada, dirá o curso, a direção que a comunidade, a sociedade, o mundo a qual vivemos, irá se mover.

Por isso, é indispensável firmar esse vínculo usuário/biblioteca e trazê-lo para dentro da unidade de informação e prezar pela sua satisfação. São muitos os fatores que devem ser levados em conta para se alcançar essa satisfação. Os móveis, iluminação, cores, o espaço em si, são variáveis que, sem dúvida, estabelecem uma forte ligação entre o usuário e sua satisfação, no que diz respeito ao seu bem estar físico ou fisiológico. Mota, Mendes e Ribeiro (2013), chamam atenção para a complexidade e importância desses fatores na hora de planejar a construção de uma biblioteca e para permanência do usuário no local.

Ao longo deste trabalho, confirmamos o potencial das ações do *design* em tornar mais forte tanto a visibilidade quanto a relação do usuário com a biblioteca. No atual cenário, já não é suficiente para as unidades de informação, especialmente para a biblioteca, apenas a disponibilidade de materiais bibliográficos, isto é, os suportes informacionais. Moraes (2006, p. 12), afirma que a biblioteca deve ser um lugar “não somente para emprestar livros, mas sobretudo para ler, para se encontrar, para descansar, para se transformar com a leitura e o conhecimento. Enfim um lugar encantado, de magia, de sedução do pensar e aprender”.

Essas qualidades levantadas pelo autor são consequência de vários fatores, entre eles a forma como a biblioteca se apresenta, ou seja, pela sua arquitetura e *design*. Além disso, elementos visuais no ambiente da biblioteca também contribuem para o bem estar e o fortalecimento do vínculo do usuário com a biblioteca, além de favorecer para sua permanência. Sobre esse aspecto, Mota, Mendes e Ribeiro (2013, p. 112), consideram que “a permanência dos usuários na biblioteca está relacionado ao conforto visual, incluídos nessa perspectiva, as cores, o mobiliário e a forma de como a biblioteca é estruturalmente (desenho)”.

Como vimos, são muitas as variáveis que contribuem para se criar um laço emocional forte entre os agentes envolvidos nesse estudo, ou seja, o cliente/usuário e a biblioteca. Embora alguns desses aspectos estejam relacionados às questões estruturais, físicas, que em um primeiro momento convida os usuários a entrarem, uma vez dentro da biblioteca, elas geram interferências em outro campo

de observação deste trabalho, que são as implicações psicológicas causadas por um ambiente adequado ou inadequado. Sobre essas questões, observaremos melhor a seguir.

4.1 FATORES AMBIENTAIS – INTERFERÊNCIAS PSICOLÓGICAS

Após as considerações a respeito da relação que há entre usuário e biblioteca, fica mais perceptível o elo que existe entre nós, os objetos e o ambiente a nossa volta. Segundo Taralli (apud BRITO, 2011, p. 14), “as relações entre o homem e o espaço fazem parte de um longo processo, em que o espaço ganha significados e conquista importância sociocultural e simbólica”. Em se tratando do espaço da biblioteca, muitos foram os esforços realizados ao longo dos anos no sentido de satisfazer as necessidades dos usuários.

Entretanto, geralmente, a preocupação que há ao se pensar no conforto do usuário, está ligada a suas necessidades fisiológicas, isto é, necessidades mecânicas, físicas. Não faltam, na literatura da área, referências sobre este aspecto. Almeida (2005, p. 118) aborda essa questão física das bibliotecas em seu livro (Planejamento de bibliotecas e serviços de informação) e afirma que:

o espaço de uma biblioteca deve, antes de tudo, ser agradável, se se deseja que seja frequentado. Uma série de elementos do projeto concorre para este requisito, dentre os quais podemos destacar a iluminação, a acústica, o nível de umidade e temperatura e o mobiliário.

Como percebemos, as questões envolvendo o conforto físico do usuário estão sempre em evidências, e com certeza são relevantes. Contudo, uma questão pouco pensada e não menos importante, se refere às implicações psicológicas que esse espaço causará no usuário. São poucas as referências na área que trabalham esse aspecto, talvez pela massificação que há nos quesitos físicos e na própria atividade tecnicista do bibliotecário.

Foskett (1980, p. 11), comenta que:

bibliotecários e cientistas da informação, [...], são os que se pode chamar de ‘introspectivos’, preocupados principalmente com a descrição de seus próprios sistemas e não com a análise de tais sistemas em relação a sistemas maiores dos quais fazem parte.

Esse estado introspectivo exagerado que coloca o bibliotecário em uma bolha, acaba causando o afastamento dele do usuário, o que, muitas das vezes, causa os equívocos no planejamento de um ambiente psicologicamente confortável. Embora, às vezes, esses aspectos psicológicos não sejam levados em conta e

passem despercebidos no planejamento de uma biblioteca, suas interferências são bastante conhecidas em outras áreas, como arquitetura e o próprio *design*.

Segundo Taralli (apud BRITO, 2011, p. 36):

os leitores mantêm relações com os ambientes em que leem, mesmo que tais relações não sejam mecânicas, automáticas, em linha direta. Eles estabelecem vínculos simbólicos, afetivos e psicológicos com os lugares em que atuam, reconhecidos nos elementos que os compõem, como os sinais ou elementos de comunicação e informação, a paisagem, a construção, a organização, o arranjo e a ambientação internos, as cores, texturas e cheiros.

Como indica o autor, mantemos relação com o ambiente que nos cerca em virtude dos elementos que nos é apresentado. Logo, o cuidado em se projetar, organizar, e oferecer um ambiente de biblioteca psicologicamente agradável, ultrapassa as pretensões de ter bibliotecas cheias e movimentadas. Evidentemente, todo profissional bibliotecário que se prese, quer que sua biblioteca seja usada. Contudo, o cerne das ações de *design* aplicado na biblioteca, assim como qualquer outra ação, deve ter como alvo o leitor/usuário.

Os aparatos bibliográficos colocados à disposição dos usuários, assim como os elementos estéticos espaciais dispostos pela ação do *design*, devem ter um único propósito: dá apoio para o usuário. Apoio para que ele faça, naquele espaço, o que não conseguiria fazer em nenhum outro. Apoio para ele fazer mais e melhor; se inspire; se emocione; se transcenda. Para isso, como tratamos anteriormente no tópico 3.3, é necessário que se conheça o público.

Sobre essa questão, Barbalho (2000, p. 162), afirma que “o reconhecimento dos tipos de usuários deverá, acima de tudo, gerar ações por parte da biblioteca, que venham a contribuir para que eles transpassem as barreiras impostas pelas suas limitações e atinjam níveis mais elevados”. Almeida (2005, p. 112), reforça esta ideia de que o espaço contribui para elevar os níveis dos usuários ao propor que:

o objetivo do planejamento de espaço é chegar a um edifício de biblioteca inteligente, entendendo-se como tal aquele que maximiza a eficiência dos ocupantes – a equipe de trabalho e os usuários – e permite gerenciamento eficaz dos recursos com menor tempo e esforço.

Esta visão reforça a preocupação em planejar um ambiente físico que emocione, que gere apego, lembranças e também que seja usado. Mota, Mendes e Ribeiro (2013, p. 146), alertam que “a biblioteca pode até existir, mas se não possuir espaços adequados e mobiliários confortáveis [...], dificilmente terá uma maior procura por parte de seus usuários”.

Essa procura tem haver com a experiência que temos em determinados momentos. Se o usuário tiver experiências positivas, fatalmente voltará outras vezes, além de disseminar para outras pessoas as vantagens que aquele espaço possui. Essas experiências tornam-se memoráveis porque existem fatores emocionais envolvidos. Niemeyer (2008, p. 56), nos diz que “todas as interações humanas envolvem emoções” e que essa interação é uma das maneiras pelas quais o indivíduo se constrói. Dentro desta ótica Kindlein Júnior, Collet e Dischinger (2008, p. 92), afirmam que “do ponto de vista psicológico, não é possível falar sobre memória sem falar sobre a emoção”.

Essa afirmação pode ser confirmada pela experiência que muitos de nós passamos em nossas vidas. Por exemplo: quantos de nós – principalmente os que veem de cidades do interior, ao se mudar para outra cidade em busca de melhores oportunidades, mesmo depois de estarmos estabilizados financeiramente e casa mobiliada com moveis novos em grandes metrópoles (como Belém), ainda assim escolhemos voltar, nem que seja nas férias, por alguns dias, para o casebre do interior? Quantas vezes nos refugiamos nesses lugares, muitas vezes longínquos, para “recarregar as energias”?

Embora existam motivos diversos, isso ocorre não apenas por nostalgia, mas porque, muitas vezes, esses lugares nos trazem boas lembranças, que representam momentos de nossas vidas em que vivíamos emocionalmente bem. Não é o lugar em si, mas o que ele significa para nós. Krippendorff (apud, MONT’ALVÃO; DAMAZIO, 2008, p. 8), ressalta que “não reagimos às qualidades físicas das coisas, mas ao que elas significam para nós”. Talvez por isso a pena para quem fosse considerado traidor da nação na época da ditadura fosse o exílio, pois há, de certa forma, uma ruptura emocional muito forte. Portanto, as bibliotecas precisam evocar e provocar sentimentos que, respectivamente, levem os usuários a irem ao seu encontro e que voltem outras vezes; um sentimento de pertença àquele lugar.

Russo e Hekkert (2008, p. 40), afirmam que “produtos que contêm memória afetiva são insubstituíveis, manipulados com mais cuidado, limpos com mais frequência, e até seu uso é evitado (para preservá-los)”. Paradoxalmente, a biblioteca se perpetua porque é usada, logo, ela precisa criar meios de intensificar sua procura, seu uso. Mas como fazer isso? Mugge et al. (apud RUSSO; HEKKERT,

2008, p. 40), “propõem que *designers* podem influenciar o apego entre pessoas e produtos ao incentivarem a associação de memórias”.

Isso reforça a necessidade, defendida anteriormente no capítulo 3, de que os profissionais bibliotecários precisam desenvolver seu caráter multidisciplinar para poder interagir de forma harmoniosa com outros profissionais, nesse caso os *designers*. Todos os esforços precisam ser somados para poder projetar um espaço único, onde o usuário sempre se sinta o protagonista; um espaço em que ele perceba que foi criado especialmente para ele. E isso só é possível se conhecermos quem são os usuários, daí a importância do estudo de usuário abordado no tópico 3.3 deste trabalho.

Melo (1991, p. 88), alerta que “o ambiente tem grande impacto sobre o processo social, e por isso mesmo ele nunca pode ser menosprezado”. Ela afirma que as arquiteturas dos prédios modernos não conseguem, pela forma com são apresentadas, ser identificados, isto é, mostrar sua categoria e função, se é igreja, escola, museu, e, acrescenta-se, a biblioteca. Ao que parece, falta identidade nas construções. Logo, a biblioteca precisa se parecer com seu usuário; algo que ele veja que foi pensado nele, como já falado anteriormente, feito para ele, que seja sua cara.

Essas considerações, embora pareçam se distanciar do título deste tópico, são necessárias para se perceber as implicações que existem entre o espaço físico e as pessoas. As interferências psicológicas resultantes do ambiente a nossa volta são mais intensas do que se imagina, e por vezes passam despercebida por se abordar essas questões de forma dicotomizada (MELO, 1991), isto é, dissociáveis.

Em seu blog⁸ (os sentidos da felicidade), Angelita Scardua, sugere que o ambiente não é apenas um refúgio físico, mas também psicológico, além de ser o guardião da identidade de seus habitantes. Com isso, os aspectos físicos e estéticos de um ambiente ultrapassam os limites do material, afetando nossas emoções e consequentemente, alteram o vínculo com determinado lugar, além do conjunto dos aspectos cognitivos resultante dessa relação homem/ambiente.

Para Noda (apud BRITO, 2011, p. 18), “o espaço físico exerce influência sobre o comportamento humano”, o que significa que os elementos – arquitetura interna e externa bem como o *design*

⁸ O blog pode ser acessado em: <https://angelitascardua.wordpress.com>

que se colocam no espaço fixo da biblioteca, determinam a circulação em seu espaço móvel, influenciam e manipulam o deslocamento do usuário, sua mobilização corporal e mostram como a dinâmica do espaço afeta a utilização de seu ambiente que se dá através do olhar interpretativo daqueles que a frequentam (BARBALHO, 2000, p. 48).

Com isso, o ato de se projetar uma biblioteca deve, entre outras coisas, prever quais sentimentos e comportamentos se deseja despertar nos usuários, haja vista que o espaço e sua estrutura não são neutros, possuindo intencionalidade e guiando comportamentos (BRITO, 2011). O espaço da biblioteca deve ser planejado para facilitar o desenvolvimento das atividades “e contribuir para o aumento de eficiência e produtividade, bem como reduzir o esforço físico e mental da equipe” (ALMEIDA, 2005, p. 117). Com isso, a autora sugere haver uma relação com o desempenho das funções realizadas e o ambiente da biblioteca, que atinge tanto os funcionários como os usuários.

Damazio (2006, não paginado), afirma que “é por meio de suas particularidades físicas que os artefatos se materializam e participam de nossas vidas”. De fato, o ambiente e os objetos que nos cercam interagem conosco e nos emocionam. Talvez por isso não tenhamos tanta empatia com obras de artes, muitas vezes nem sabemos seus significados, porém, temos grande apego a coisas comuns do nosso dia a dia. Uma mãe tem grande apreço e guarda com cuidado a ilustração destorcida e borrada de um desenho feito pelo filho.

Muito além da forma ou da estética, está levado em consideração os sentimentos envolvidos no desenho feito pela criança. Aquilo que Norman (2008) chama de *design reflexivo*, ou seja, a subjetividade, a memória afetiva e o significado que o objeto tem para quem os usa. Ele ainda sugere que essas emoções sob a perspectiva do *design*, são capazes de nos tornar mais inteligentes. Nesse caso, não se trata da forma como a biblioteca será projetada, mas quais aspectos psicológicos ela irá despertar e quais significados ela irá assumir para quem a for utilizar.

Após esses levantamentos, os aspectos psicológicos causados no usuário no ambiente da biblioteca em consequências das ações do *design*, se forem agradáveis, podem desencadear como consequências dessa experiência prazerosa, outros resultados que é a própria encontrabilidade da biblioteca com outros usuários não habituais – os chamados usuários potenciais. Sobre essa questão desenvolveremos melhor a seguir.

4.2 ASPECTOS ESTÉTICOS: INFLUÊNCIA NA ENCONTRABILIDADE ENTRE USUÁRIO E BIBLIOTECA

Os aspectos estéticos dos ambientes, consequência das ações de *design*, além de gerar interferências nos aspectos psicológicos, como abordado anteriormente, também pode ajudar a estabelecer a aproximação do público, bem como o vínculo desses usuários com a biblioteca. Para isso, torna-se necessário entender como se dá a relação do homem com o espaço que ocupa e também com outras pessoas. Essa questão é alvo de estudo de Edward T. Hall, com o nome de *proxemia*.

Para Hall (1977, p. 19), *proxemia* é o “comportamento através do qual um organismo, de modo característico, reivindica uma área e a defende contra membros de sua própria espécie”. O autor argumenta que o homem, assim como os animais, tem territorialidade e defende o que considera seu espaço. Com isso o homem tende a manter certa distância de outras pessoas ficando em uma espécie de bolha.

Habitualmente nas bibliotecas é essa a distância existente entre seus funcionários e usuários, quando aqueles estão atrás de suas mesas ou balcões de atendimento. Porém, quando o profissional acompanha o usuário até um determinado local, é estabelecida uma distância pessoal, favorecendo intercâmbios mais espontâneos, propiciando uma maior interação (LUNARDELLI; QUEIROZ, 2005, não paginado).

Esse comportamento de distanciamento entre os profissionais e os usuários deturba as intenções que é gerar maior interação entre o usuário e a biblioteca. Além disso, é uma forma de tornar a biblioteca menos interessante e invisível. Para resolver esse impasse, outro estudo relativamente recente, se torna relevante abordar. Para Vechiato, Oliveira e Vidotti (2016, p. 7), a encontrabilidade “[...] sustenta-se fundamentalmente na interseção entre as funcionalidades de um ambiente informacional e as características dos sujeitos informacionais”.

Em outras palavras, é a capacidade que a informação tem de ser encontrada pelo usuário. Para os autores (VECHIATO; OLIVEIRA; VIDOTTI, 2016, p. 10), a encontrabilidade da informação se dá “por meio dos pressupostos de organização, navegação, rotulagem, busca e representação, facilita a interação dos sujeitos institucionais e informacionais nos ambientes de informação”.

Dentro deste contexto, Morville e Callender (apud SANTANA et al., 2016, p. 7) “afirmam que a encontrabilidade se refere à visibilidade da informação, a

possibilidade de encontrá-la e localizá-la, as ações de pesquisa e busca e encontrar objetos e respostas e (re) encontrar páginas, pessoas, lugares e produtos”.

Embora esses estudos estejam voltados para o encontro do usuário com a informação, essa última definição ajuda a justificar a abordagem do tópico em questão, uma vez que o termo encontrabilidade também diz respeito à capacidade que um lugar tem de ser encontrado – e sendo esse lugar uma biblioteca faz ainda mais sentido abordar esse termo. Partindo desta última definição, os elementos estéticos, consequências das ações do *design*, podem ajudar a abiblioteca a ser encontrada pelo seu público.

Antes de continuar, faz-se necessário abrir um parêntese e falar um pouco das experiências que impulsionaram este estudo. O termo encontrabilidade foi apresentado após conversa com outro aluno do curso de biblioteconomia que, após ouvir o tema da pesquisa, propôs ser interessante falar da visibilidade que a biblioteca teria com as ações do *design*, e como ela poderia ser mais facilmente encontrada com essas mudanças estéticas.

No primeiro momento não era tão perceptível à relação entre o *design* da biblioteca e sua capacidade de ser encontrada. Entretanto, ouvir pelos corredores da Faculdade de Biblioteconomia, pelos próprios alunos, sobre uma biblioteca “bonita e interessante” onde se poderia ir para fazer os trabalhos acadêmicos. Comentando com um colega de sala, ele me falara de que se tratava da Biblioteca do Instituto de Educação Matemática Científica (IEMCI). Ao ir ao local e conversar com a bibliotecária responsável, ouviu-se o depoimento de que, por vezes, ela tinha que pedir, gentilmente, para que usuários de outros cursos procurassem dias alternativos para irem até a biblioteca, uma vez que estavam deixando os usuários reais da biblioteca sem espaço para estudar.

Após essa visita, vieram alguns questionamentos: como esses usuários tiveram conhecimento dessa biblioteca setorial, se é consideravelmente escondida? Quais fatores mais influenciaram sua ida e permanência naquele espaço? Por que alguns alunos de biblioteconomia, mesmo tendo a biblioteca central em anexo do prédio do curso, com conteúdos pertinentes da área, ainda assim se deslocavam até lá para estudar?

Concidentemente, essa biblioteca era alvo de estudo do Trabalho de Conclusão de Curso da aluna Michelle Moura, com o tema: “Prática do buzz marketing: um estudo de caso da biblioteca do IEMCI/UFPa”. Foi analisando esse

trabalho, e colocando-me na condição de usuário que pude perceber possíveis respostas para as questões levantadas. Moura (2016, p. 43), ao investigar os motivos que levou os usuários a frequentarem a biblioteca, chegou a seguinte conclusão:

de acordo com os objetivos específicos que levou a essa pesquisa, percebe-se através dos resultados obtidos que os usuários da biblioteca em questão praticam o *buzz marketing* com colegas de classe por satisfação da qualidade na estrutura do espaço físico da biblioteca e o acervo disponível, esses foram os elementos consideráveis na propagação da biblioteca.

Como percebido, a estrutura física, bem como seu *design* e *layout*, em conjunto com outros fatores, levaram os usuários a divulgar o espaço da biblioteca. Em uma análise introspectiva, percebi que fora assim que tive conhecimento daquele espaço. Ouvir um usuário satisfeito propagar o ambiente e foi assim que tive o encontro com a biblioteca. As pessoas comentam sobre suas experiências boas, mais que isso, elas querem dividi-las com os outros; querem que outras pessoas também experimentem. Norman (2008, p. 42), afirma que os seres humanos “podem refletir a respeito de suas experiências e comunicá-las aos outros”.

O *design*, juntamente com a prática do *marketing*, contribui para que a unidade de informação seja encontrada. E engana-se quem acha que é preciso ambiente altamente equipado com aparatos tecnológicos de ultima geração. Amaral (1996, p. 3), comenta que “embora a adoção de novas tecnologias pelas unidades de informação seja essencial, vista desta maneira, não é simplesmente automatizando serviços que a unidade de informação passa a atender satisfatoriamente seu público”.

Norman, (2008, p. 28), afirma que “utilidade e usabilidade são importantes, mas sem diversão e prazer, alegria e entusiasmo, e até ansiedade, e raiva, medo e fúria, nossas vidas seriam incompletas”. Isso significa que todos os serviços, aparatos bibliográficos e o próprio espaço da biblioteca, devem despertar sentimentos agradáveis no usuário, a fim de tornar seu ambiente uma experiência que satisfaça completamente seus usuários. Esse usuário satisfeito tem grandes chances de, posteriormente, promover a biblioteca, através de *buzz marketing* ou como também é conhecido, *marketing* boca a boca.

A encontrabilidade do usuário com a biblioteca, embora esteja ligada mais a uma forte necessidade informacional do individuo (ALVAREZ et al., 2016), deve também levar o usuário a ter encontro com a satisfação de outras necessidades, seja psicológica ou emocional.

Após essa elucidação, devem os profissionais bibliotecários criar ambientes que sejam desejados, que leve o usuário a escolher ir até ela, e com isso promova a encontrabilidade entre o usuário e a biblioteca. Embora existam barreiras para se projetar um ambiente adequado, principalmente financeiro, não necessariamente se precise de uma biblioteca luxuosa para atrair os usuários.

Barbalho (2000, p. 89), comenta que:

a valorização inteligente do uso da biblioteca manifesta-se através do apelo por um ambiente simples, econômico na forma, mas original nas soluções encontradas para incentivar sua utilização. Destaca o necessário, a simplicidade, o essencial e dispensa o supérfluo, o luxo, a beleza, em busca do benefício do melhor proveito, para o usuário, da informação ofertada.

A autora faz relevantes observações sobre a valorização das bibliotecas e afirma que elas passam despercebidas por não impor regime de visibilidade, isto é, “não conseguem definir seus traços de identidade junto à comunidade” (BARBALHO, 2000, p. 32). Logo, como esperar que a biblioteca tenha visibilidade se não se parece com sua comunidade, se, de certa forma, não a representa?

Moura (2016, p. 13), comenta que o *buzz marketing* no espaço da biblioteca, ajuda a “promover a imagem da biblioteca de forma positiva”. Essas ações permitem o encontro biblioteca/usuário, além de possibilitar sua divulgação e, conseqüentemente, sobrevivência em um mercado informacional cada vez mais competitivo. Sobre essa questão, Claudio de Moura Castro, em seu artigo intitulado “bibliotecas: metamorfose ou morte” comenta sobre as ameaças que as bibliotecas vêm sofrendo.

Contudo, Castro (2015, p. 24), defende que as bibliotecas, “se bem concebidas, ela será um lugar aonde vamos sem pensar muito no que faremos lá. Vamos porque nos atrai, porque é bom estar nela. [...] A arquitetura externa tem que dar vontade de entrar. A interna, de ficar”. Embora ele não seja um autor da área, suas observações merecem atenção pela clareza como expõe as ideias sobre a questão, colocando a biblioteca com *status* de, em suas palavras, “usina intelectual”.

O título de seu artigo chama atenção para uma possível morte da biblioteca, frente aos avanços tecnológicos, caso ela não mude. Castro (2015) termina o artigo afirmando que nada precisa ser inventado para salva-la. A receita já existe e foi o que talvez tenha ajudado a mantê-la viva até nossos dias; ela entendeu com o passar dos tempos; ela sofreu metamorfose – biblioteca para usuários, não apenas para livros.

Arruda (2013, p. 263), comenta que “muitas profissões perdem o sentido de existir com o avanço das tecnologias”. Targino (apud ARRUDA, 2013, p. 263) ela aconselha que “no caso dos profissionais da informação, como os bibliotecários, há necessidade de modificações nas atitudes de trabalho, para que se tornem mais dinâmicos e capacitados a fim de assumir outros encargos além das práticas habituais”.

Sejam quais forem às atitudes, elas devem promover a biblioteca, possibilitar que seja encontrada. O certo é que não podemos ficar de braços cruzados. As ações do *design* podem ajudar para que ela tenha maior visibilidade e, portanto, seja frequentada. A isso depende sua existência, essas ações podem ajudar a evitar que no futuro, no cemitério da história, haja uma lápide com a inscrição: “aqui jaz a biblioteca”. Pois sua morte representará também a morte de parte de uma civilização. Em seu comentário sobre a destruição das bibliotecas do passado, Schwarcz (2002, 418), comenta que “cada vez que uma caía, tombava com ela uma parte da civilização”.

Embora os resultados da pesquisa de Moura (2016) apontem os elementos que contribuíram para a encontrabilidade com a biblioteca estudada, não deve ser levado como regra para estudos em outras bibliotecas e sim como exemplo ou modelo para que estudos parecidos sejam igualmente realizados em outras bibliotecas, visto que cada uma tem necessidades e realidades diferentes. Cabe a cada unidade de informação, fazer estudos para poder procurar qual o “cordão umbilical” que liga o usuário a biblioteca.

Outro ponto a ser abordado, uma vez que a biblioteca é encontrada por seu usuário, é sobre as implicações que o ambiente da biblioteca causará em seu público, isto é, quais as vantagens de se ir a uma biblioteca? Como seu ambiente pode ajudar o usuário a estudar e se tornar melhor e ir além do que iria se estivesse em outro lugar? Para que isso aconteça, o *design* aplicado no ambiente da biblioteca tem que levar seu significado para além dos aspectos estéticos.

5 ALÉM DA ESTÉTICA: O PAPEL DO *DESIGN* NO PROCESSO COGNITIVO

Ao longo do trabalho, vários elementos foram apontados para deixar o ambiente da biblioteca o mais agradável possível, além de mostrar que, de alguma forma, podem interferir ou influenciar em nosso comportamento. Ademais, procurou-se mostrar que esses elementos podem ajudar a biblioteca a ter visibilidade, isto é, pode ser mais bem percebida pelo usuário e com isso ter mais procura e utilização pela comunidade que a cerca.

Após essas considerações, chegamos a esse tópico que pretende argumentar sobre a verdadeira causa para se tomar tais medidas no ambiente da biblioteca, no que diz respeito às ações do *design*. Adianta-se, que a satisfação do usuário, amplamente apontada no decorrer do trabalho, é consequência da produtividade que este venha a ter dentro da biblioteca.

Cabe a isso, responder aos questionamentos derradeiros do tópico anterior. Afinal, por que ir a uma biblioteca se podemos estudar em nossas casas ou qualquer outro lugar? Em nossas casas também podemos ter um ambiente bonito, confortável e ter acesso a todo conforto e comodidade de componentes, às vezes, censurados no ambiente da biblioteca, como comida e bebida. Então, por que escolher biblioteca a outro lugar? Antes de entrar neste mérito, cabe fazer uma recapitulação dos pontos já abordados neste trabalho.

Trabalhamos com a informação o tempo todo e utilizamos diferentes métodos para disseminá-las, tudo isso para atingir ao máximo a satisfação do usuário. Essa máxima de satisfazer as necessidades do usuário está além da função ou obrigação do profissional bibliotecário; cumpri-la é sobre tudo uma condição de sobrevivência profissional, como já foi dito anteriormente.

Toda e qualquer ação do profissional bibliotecário deve estar centrada no usuário e na sua satisfação. “Precisamos constantemente nos lembrar de que o aparato bibliográfico, como a própria biblioteca e serviços de informação, existe para o bem do usuário, e não o contrário” (FOSKETT, 1980, p. 15). Este aparato bibliográfico, assim como os serviços de informação em si, já não são capazes de satisfazer todas as necessidades do usuário.

O usuário ao ir a uma biblioteca não procura apenas por informação, mas também por um ambiente onde essa informação possa ser assimilada, e é por isso que mais do que apenas oferecer acesso e disseminar informação, a biblioteca

precisa proporcionar um ambiente confortável para seu usuário; a biblioteca precisa atribuir um significado ao seu ambiente, transmitir uma mensagem, criar uma atmosfera de satisfação. “De fato, a biblioteca não deve ser simplesmente uma coleção organizada de livros que os disponibiliza quando solicitados, mas sim um espaço de convívio e de socialização dinâmico” (BARBALHO, 2000, p. 14).

Após essas considerações, passemos então para a questão central: por que biblioteca a outro lugar? Estudar em casa, com certeza tem suas vantagens e muitos não abrem mão desse conforto e comodidade. Contudo, Arruda (2013, p. 246), na sua tese em defesa das bibliotecas tradicionais, em suas observações e entrevistas, colheu uma série de depoimentos a respeito de experiências vividas dentro das bibliotecas. Uma dessas entrevistas relata o depoimento da psicanalista Sonia Azambuja, que afirmou: “sozinhas, em casa, as pessoas leem, mas ‘essa situação de transfiguração é só mesmo no espaço público que é possível’”.

Esse depoimento reforça as ideias de Mota, Mendes e Ribeiro (2013, p. 51), que afirmam:

embora haja maior autonomia por parte dos usuários e muitos digam que as tradicionais bibliotecas físicas têm possibilidade de desaparecer, as pessoas sempre, [...] ‘precisarão de um lugar para estudo e reflexão. Um lugar para aprenderem a ser indivíduo, e não apenas parte de uma massa’, ainda que a informação esteja cada dia mais digital.

Esse “sempre precisarão de um lugar para estudo e reflexão”, afirmado pelos autores, ajuda a entender o porquê das bibliotecas estarem “de pé” até hoje. A muitos desafios ela foi posta, e aprendeu a suportar as intempéries que, tempos em tempos, insistem em querer derrubá-la.

Ao tempo, as novas exigências informacionais, as novas tecnologias, aos novos perfis de usuários, aos novos suportes informacionais, a concorrência com o meio eletrônico no mundo globalizado – a tudo isso vem resistindo a biblioteca. No entanto, em muitas bibliotecas, há pouca vida, quase nenhuma emoção nos espaços. Em tempos de biblioteca sem parede, biblioteca digital, biblioteca eletrônica, biblioteca virtual (VIEIRA, 2014), etc., é importante que a biblioteca física ofereça um diferencial, pois há mais do que necessidades informacionais a serem satisfeitas.

Não muito tempo atrás, com o advento de novas tecnologias e o aparecimento de novas formas de bibliotecas com seus novos conceitos e nomenclaturas, previu-se o fim das bibliotecas físicas (DRIGO, 2014), haja vista a facilidade com que se pode achar a informação. Hoje, mais do que nunca, as

informações podem ser encontradas em qualquer lugar, por qualquer pessoa sem sair de casa.

A internet e suas ferramentas, de fato, democratizaram o acesso à informação. Parecia mesmo que a biblioteca física estava com seus dias contados. No entanto, o avanço tecnológico deixa ainda mais patente, uma necessidade que sempre existiu e que cresce na mesma proporção que a tecnologia avança: a necessidade de um ambiente agradável.

Estudos apontam para uma forte interação entre o usuário e o espaço onde se encontra e a necessidade que há de sentirmos bem no ambiente onde vivemos. Sobre essa questão, Araújo (2002, p. 21), lembra que “no século XX, mais especificamente nos anos 40, foram realizadas algumas pesquisas na área do comportamento geográfico, que já davam sinais de inter-relação comportamento e ambiente”. Reforçando essa ideia, Mancuso (2002, p. 13) afirma que:

o ser humano precisa sentir-se bem no seu habitat, no seu escritório, na loja onde trabalha, na escola onde leciona ou estuda, no hospital onde clínica ou está internado, no restaurante onde faz uma refeição, no bar onde convive com amigos. O entorno, que nos cerca, é nossa vida e ela passa desta forma, ora ali ora aqui.

Com o espaço da biblioteca não é diferente, apenas o nome (biblioteca) já é capaz de trazer à mente uma sensação de paz e tranquilidade, até mesmo para quem nunca entrou em uma. Isso porque a palavra biblioteca em si, já é uma marca que remete a um ambiente que propicia o saber e o conhecimento. Esse fenômeno ocorre porque há emoção envolvida no processo de interação entre a biblioteca e o usuário, e nós temos que explorar ao máximo esse sentimento envolvido. Para Damásio (apud SCOLARI, 2008, p. 15), “a emoção está ligada à cognição, ela contribui para a tomada de decisões e é fundamental para as relações do indivíduo consigo e com o mundo exterior”.

De fato nós não apenas gostamos de um espaço, nós interagimos com ele; criamos vínculo social e tudo isso está ligado ao fator emocional, que por sua vez está ligado diretamente a nossa capacidade cognitiva, como afirma Norman (2008, p. 30):

nós, cientistas cognitivos, agora compreendemos que a emoção é um elemento necessário da vida, afetando a maneira como você se sente, como você se comporta, e como você pensa. De fato, a emoção torna você inteligente [...] A emoção está sempre fazendo juízo de valor, apresentando informações imediatas a respeito do mundo: [...].

Com base neste pensamento do autor, o vínculo criado e a emoção são determinantes na hora que tomamos uma decisão, por exemplo, onde estudar? Qual

biblioteca ir? E mais do que isso, ela nos torna inteligente. “As emoções são inseparáveis da cognição constituindo parte necessária dela. Tudo o que fazemos, tudo o que pensamos, tem um toque de emoção, frequentemente inconsciente” (NORMAN, 2008, p. 27).

Nos primeiros estudos sobre emoção, pouca importância era dada para sua interferência na cognição. “Assim, na década de 50 iniciaram-se estudos com a ênfase cognitiva. Eles enfatizavam as funções e deixavam claro que as emoções contribuem para a racionalidade” (OATLEY apud SCOLARI, 2008, p. 19). Sobre essa questão, Norman (2008, p. 30), afirma que:

uma das maneiras pelas quais as emoções trabalham é por meio de substâncias químicas neuroativas que penetram determinados centros cerebrais e modificam a percepção, a tomada de decisão e o comportamento. Essas substâncias químicas neuroativas mudam os parâmetros de pensamento.

Com essa afirmação, percebe-se que as alterações estéticas do ambiente da biblioteca, consequências das mudanças causadas pela ação do *design*, nos ajuda a percebermos melhor o que está a nossa volta. Logo, a estética do ambiente pode despertar emoções que nos ajudem a nos sentir bem a tal ponto que consigamos, por exemplo, assimilar melhor o conteúdo de estudo ou decidamos em ficar naquele ambiente, ou ainda, voltar novamente.

Esta decisão é tomada levando em consideração uma série de fatores. Um desses fatores sem dúvidas está relacionado ao ambiente em si, que vai desde os aspectos ergonômicos até os visuais. Embora ambos sejam aspectos importantes, este último se destaca por assumir um papel determinante nesta tomada de decisão, uma vez que é, principalmente, pela visão que o ser humano é apresentado ao mundo e pode ampliar o conhecimento a seu respeito (NOJIMA, 2014), além de perceber mais nitidamente as questões estéticas que lhe são apresentadas.

Mesmo que alguns não queiram admitir, nossa mente somente funciona porque existe um corpo que, por sua vez, interagem com o ambiente onde vive, passando estímulos para nossa mente, em uma relação integrada e indissociável, isto é, um depende do outro, o que corrobora que as sensações que sentimos por nossos sentidos (visão, audição, tato) contribuem para que nossa cognição tenha um maior ou menor desempenho. Sobre esse ponto de vista Damásio (1996, p. 13), explica que:

por mais surpreendente que pareça, a mente existe dentro de um organismo integrado e para ele; as nossas mentes não seriam o que são se não existisse uma interação entre o corpo e o cérebro durante o processo evolutivo, o desenvolvimento individual e no momento atual. A mente teve primeiro de se ocupar do corpo, ou nunca teria existido. De acordo com a referência de base que o corpo constantemente lhe fornece, a mente pode então ocupar-se de muitas outras coisas, reais e imaginárias.

Por isso, a estética do ambiente da biblioteca não deve ser visto apenas como um componente inanimado e estático, e sim um elemento, tal como os livros, que sirva ao usuário de suporte para sua criatividade e transcendência. Esses elementos, com base no que já foi dito até agora, pode ajudar o usuário a ter sua capacidade cognitiva melhorada, pois essa capacidade é, também, tirada das informações do ambiente a qual estamos inseridos.

Sobre a cognição Abrahão et al. (2009, p. 148), esclarecem esse termo ao dizer que “cognição é um conjunto de processos mentais que permite às pessoas buscar, tratar, armazenar e utilizar diferentes tipos de informações do ambiente. É a partir dos processos cognitivos que o indivíduo adquire e produz conhecimento”. Norman (2008, p. 40), explica que “a cognição interpreta o mundo, levando a aumentar a compreensão e o conhecimento”.

Neste sentido, o ambiente onde estamos inseridos oferece condições para podemos, através dos elementos que este nos oferece, nos desenvolvermos melhor, no que diz respeito ao processo cognitivo, ou seja, contribuem para nosso aprendizado. Dentro desse contexto, um elemento importante em qualquer ambiente são as cores, que exercem influência desde o gênese das civilizações.

A cor vai muito além da percepção visual, ela mexe com nossos sentidos psicológicos e desperta fortes emoções, além de dá *status* de grandeza; método muito utilizado, por exemplo, por reis. Farina, Perez e Bastos (2011, p. 3), afirmam que “as cores faziam parte, assim, mais das necessidades psicológicas e culturais do que das estéticas, [...]”. Logo, a cor desperta todo tipo de sensação e, portanto, precisa ser usada adequadamente no ambiente de biblioteca.

Assim como em nossas casas, queremos ambientes não apenas bonitos, mas sobre tudo confortáveis e que cumpra com seu propósito, ou seja, cada cômodo deve obedecer a sua função. Para que isso ocorra, cada ambiente tem que ser pensado separadamente, individualmente, porque não usamos todos eles com a mesma finalidade. Da mesma forma, não podemos pensar no ambiente de biblioteca de forma generalizada, isto é, a cor do corredor não pode ser a mesma do salão.

É muito comum, sobre tudo em bibliotecas universitárias, onde há uma subordinação direta de uma instituição, uma padronização de estilo e de cor; nada poderia está mais equivocado. O ambiente de biblioteca é um espaço a ser pensado separadamente, pois não é apenas um ambiente de trabalho, que já seria motivo mais do que suficiente para ser pensado separadamente, mas é um lugar para aprendizado, para o saber, que pode ocorrer mais facilmente em um ambiente que propicie tal fenômeno, tanto com relação a um acervo que possibilite o encontro com a informação, quanto com um ambiente que exerça uma influência positiva nesse processo cognitivo.

As cores influenciam o ser humano, e seus efeitos, tanto de caráter fisiológicos, como psicológicos, intervêm em nossa vida, criando alegria ou tristeza, exaltação ou depressão, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio, ordem ou desordem, etc. [...] cada uma delas tem uma vibração determinada em nossos sentidos e pode atuar como estimulante ou perturbador na emoção, na consciência e em nossos impulsos e desejos (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 2).

A ideia dos autores deixam claras que as possibilidades e as influências causadas por um ambiente bem projetado são ilimitadas. A intensidade e as consequências variam dependendo do público a qual esse ambiente está voltado, por isso, antes de qualquer coisa é preciso conhecer o cliente. Gurgel (2002, p. 257), alega que “as cores têm diferentes significados e influenciam diferentemente as pessoas, de acordo com as diversas culturas”. Portanto, é um elemento que requer estudo e avaliação para ser aplicado de maneira adequada.

As cores constituem estímulos psicológicos para a sensibilidade humana, influenciando no indivíduo para gostar ou não de algo, para negar ou afirmar, para se abster ou agir. Muitas preferências sobre as cores se baseiam em associações ou experiências agradáveis tidas no passado e, portanto, torna-se difícil mudar as preferências sobre elas (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 96).

As considerações dos autores chamam atenção para o apego que temos as cores em consequência das experiências passada. Embora possam parecer triviais, as cores podem ter grande contribuição para as pretensões dos usuários no ambiente da biblioteca. Gurgel (2002, p. 209), sugere que “tons de laranjas aceleram o raciocínio. Tons verde-claros acentuam o equilíbrio em escritórios onde grandes decisões são tomadas, além de refrescar o ambiente”. “Realmente, por sua expressividade, a cor tem a capacidade de, mais que qualquer outro elemento, liberar as reservas criativas do indivíduo” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 96).

Essas considerações fornecem base para sustentar o que se defende neste trabalho que é certa interferência que sofreremos do ambiente a nossa volta, e

que pode despertar emoções que nos torne inteligente (NORMAN, 2008). Como já defendido neste trabalho, essas ações do *design* no ambiente da biblioteca tem objetivos que ultrapassam as necessidades mecânicas de seus usuários. Antes de tudo, “é necessário fazer da biblioteca um ambiente tranquilizante, criando uma atmosfera que favoreça a leitura e pesquisa, mas que ao mesmo tempo instigue a discussão de ideias e a criatividade de seus frequentadores” (VANZ, 2004, p. 10).

Neste sentido, o espaço da biblioteca tem função pluralista no que tange seu papel e atividades desenvolvidas em seu espaço pelos usuários. Estes procuram a biblioteca por vários motivos, e devem ter posto as seu alcance as condições necessárias para que suas aspirações sejam alcançadas, “pois é através dos usuários que a biblioteca tem seu real valor dentro duma sociedade, podendo com as informações existentes, mudar o cognitivo das pessoas” (MOTA; MENDES; RIBEIRO, 2013, p. 49-50).

E também pode mudar o cognitivo não apenas com as informações, como sugere os autores acima, mas com, como já abordado anteriormente, seu ambiente. E para isso, é necessário que o *design* do ambiente desperte emoções agradáveis que possibilite a melhora na cognição dos usuários. “Emoções, nós agora sabemos, mudam a maneira como a mente humana soluciona problemas – o sistema emocional muda a maneira como o sistema cognitivo opera” (NORMAN, 2008, p. 38).

As alegações de Norman (2008) são confirmadas quando Damásio (1996) argumenta que nossos organismos fazem mais do que interagir com o ambiente a nossa volta. Ele, o organismo, sofre influência do ambiente que gera sentimentos e comportamentos que constituem a base para a mente. Esses sentimentos são as primeiras reações que o ambiente a nossa volta nos provocam na relação com nosso organismo (DAMÁSIO, 1996). “E, dado que o que vem em primeiro lugar constitui um quadro de referência para o que vem a seguir, eles têm sempre uma palavra a dizer sobre o modo de funcionamento do resto do cérebro e da cognição. Sua influência é imensa” (DAMÁSIO, 1996, p. 67).

Logo, os elementos do ambiente (clima, cor, textura, etc.) não estão ali apenas para tornar o ambiente mais agradável e bonito, mas para ajudarem o usuário a também estudar melhor, ser mais produtivo. Essas ponderações não esgotam a questão, apenas abrem um leque de possibilidades que um ambiente projetado adequadamente pode ter. É importante lembrar que:

a construção da biblioteca não se encerra quando o edifício e as suas instalações ficam prontos. Ao contrário, a sua construção deve ser cotidiana e se realiza através dos serviços oferecidos e da apropriação desses serviços pelas pessoas da comunidade (HENNING, 2004, p. 8).

Com isso, cabe destacar que foge das pretensões deste trabalho propor um ambiente padronizado para biblioteca, pois isso seria um atentado a própria necessidade e satisfação do usuário. Cada biblioteca tem suas particularidades e públicos com características diferentes, e é a partir desse princípio que para se fazer uma atmosfera adequada, primeiro é necessário fazer um estudo de usuário, e, por assim dizer, buscar suprir os interesses de cada comunidade, criando atmosferas emocionais positivas para que os usuários tenham experiências no ambiente da biblioteca que os levem para além dos aspectos estéticos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações a respeito do *design* e de seu efeito nos aspectos psicológicos, bem como dos aspectos cognitivos, abordados neste trabalho, estão longe de esgotar o tema. Aliás, apenas arranhou-se uma superfície profunda e complexa de um campo do comportamento humano que, embora já tenha uma larga abordagem em outras áreas como o *Design* Emocional e até mesmo a Psicologia, ainda é pouco abordada na área da biblioteconomia e ciência da informação que carecem de estudos e observações mais aprofundadas.

O caminho a se percorrer para que se alcance as ideias defendidas neste trabalho, sem dúvida são difíceis. São muitos os impasses, tanto financeiros como burocráticos. O que seguramente não pode acontecer é a possibilidade da ausência do interesse e da disposição dos profissionais em buscar formas de minimizar essas poluições e escassez estéticas que perduram muitas bibliotecas.

No mais, a maior contribuição não foi esgotar o tema, longe disso, mas pretendeu-se chamar atenção para que essas questões não sejam vistas com triviais no contexto da biblioteca e que, portanto, possam ser mais bem tratados para o estabelecimento efetivo do vínculo entre usuário e a unidade de informação, fazendo com que ele, o usuário, tenha o sentimento de estar vinculado à biblioteca.

É comum, principalmente na esfera pública, expressões como: “deixa em cima da minha mesa”, “usa o meu computador”, “vou para minha cidade”, “essa é minha escola”. Embora se deva ter cuidado com esse comportamento, talvez seja o que falte criar no usuário; esse sentimento de pertença, de que a biblioteca é dele – e de fato é, não no âmbito legal, mas no sentimental, pois em geral, as pessoas usam e cuidam melhor daquilo que lhes pertence, a qual depositam certo sentimento afetivo.

As pretensões deste trabalho são bastante modestas, mas trazem a ideia de que o ambiente nos afeta, causando experiências e sensações prazerosas, despertando emoções que nos tornam mais apto ao aprendizado. Essa ideia, juntamente com as de outros autores, tende a desvelar o potencial que tem uma biblioteca projetada adequadamente, de acordo com as características e necessidades de sua comunidade. E é neste sentido que se aborda essa temática para mostrar que o *design* pode ajudar a derrubar as barreiras que separam ou afastam o usuário da biblioteca.

Evidentemente, faltam estudos empíricos sobre os reais impactos causados pelo ambiente da biblioteca. Além do mais, há limitações nas questões aqui discutidas, em razão do parco conhecimento sobre os aspectos emocionais, psicológicos e cognitivos, associado ao ambiente, por isso foram tiradas considerações do ponto de vista de outras áreas, onde essas questões já são mais profundamente discutidas. Este trabalho apenas quer dar uma contribuição para que avancem mais estudos sobre o tema e então possam preencher essa lacuna.

Por fim, a intenção final deste trabalho ao abordar este tema é defender a biblioteca tradicional, pois há uma crescente tendência em maximizar os recursos eletrônicos e incentivar as chamadas bibliotecas virtuais, digitais, etc. Contudo, não podemos nos esquecer dos pilares que sustentaram as bibliotecas no decorrer da história, pois se ela chegou até hoje, foi por ter mostrado que seu valor e existência são inestimáveis para o desenvolvimento cultural e intelectual do homem, e não apenas “depósito de livros”.

A verdade é que a biblioteca nunca foi um lugar para se guardar livros apenas, e por mais que se desenvolvam as tecnologias da informação ao ponto de tornar os livros impressos desnecessários, o que não acredito, contudo, haverá sempre a necessidade de um espaço transcendental que permita ao indivíduo se tornar alguém. Esse espaço pode ser chamado por muitos, de vários nomes, ainda assim conheceremos como biblioteca.

A história da biblioteca, bem como sua existência, está relacionada, entre outros fatores, também aos livros. Ranganathan (2009), ao estabelecer as cinco leis da biblioteconomia, declarou em sua primeira lei que os livros são para serem usados. Nesse contexto, não seria nenhum absurdo dizer que as bibliotecas existem também para serem usadas, pois ninguém cria depósito para ser “lugar de cura da alma”. Pelo contrário, depósito é um lugar para se acumular e esconder coisas.

A biblioteca não poderia ter um sentido etimológico mais ingrato, pois ela, ao contrário da etimologia da palavra, é o lugar onde as coisas aparecem, onde se constrói as ideias, onde os *eurekas* nascem, onde o homem surge. É nela, assim como fizeram os antepassados dos primatas ao descerem das árvores, que o homem desce da árvore da ignorância para conhecer um mundo novo. Ela é, por assim dizer, o telescópio do homem para poder enxergar além do vasto e escuro universo da ignorância. O bibliotecário é o comandante deste grande navio, impulsionado pela hélice do amor, que leva o usuário nesta viagem pelo imenso

oceano do saber. Este navio se chama biblioteca, e todos estão convidados a subir a bordo.

REFERÊNCIAS

- ABRAHÃO, Júlia et al. **Introdução à ergonomia**: da prática à teoria. São Paulo: Blucher, 2009. 238 p.
- ABRANTES, Antonio Francisco. **Atualidades em ergonomia**: logística, movimentação de materiais engenharia industrial, escritórios. São Paulo: IMAM, 2004. 164 p.
- ALMEIDA, Maria Christina Barbosa de. **Planejamento de bibliotecas e serviços de informação**. 2. ed. rev. e ampl. Brasília, DF: Briquet Lemos/Livros, 2005. 144 p.
- ALVAREZ, E. B. et al. Os sistemas de recomendação, arquitetura da informação e a encontrabilidade da informação. **Transinformação**, v. 28, n. 3, 2016. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/22026>>. Acesso em: 27 Fev. 2017.
- AMARAL, Sueli Angélica do. Marketing e desafio profissional em unidades de informação. **Ciência da informação**, [S.l.], v. 25, n. 3, dec. 1996. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/631>>. Acesso em: 15 jan. 2017.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 216 p.
- ARAÚJO, Rosineide Gomes de. **Acessibilidade aos espaços urbanos**: uma dimensão psicológica. 2002. 126 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2002. Orientação do Dr. José Queiroz Pinheiro. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/17519>>. Acesso em: 10 fev. 2017.
- ARRUDA, Maria Izabel Moreira. **Desafios da biblioteca pública na era da informação**: estudo comparativo realizado no porto, Portugal, e em Belém, Brasil. 2013. 301 f. Tese (Doutorado em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, 2013. Orientador Dr. Armando Malheiro da Silva. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10216/70717>>. Acesso em: 15 fev. 2017.
- BARBALHO, Célia Regina Simonetti. **Sob o olhar do usuário**: um estudo semiótico da Biblioteca Pública do Estado do Amazonas. 2000. 234 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2000. Orientação de Ana Claudia ei Alves de Oliveira. Disponível em: <<http://repositorio.cfb.org.br:8081/123456789/55>>. Acesso em: 25 fev. 2017.
- BARTHES, Roland. **Elementos de semiótica**. 14. ed. São Paulo: Cultrix, 1964. 116 p.
- BLATTMANN, Ursula; BORGES, Ilma. Ergonomia em Biblioteca: avaliação prática. **Revista ACB**, [S.l.], v. 3, n. 3, p. 47-64, ago. 2005. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/327/385>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço das transformações formais. In: COUTO, Rita Maria de Souza et al. (Org.). **Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014. p. 13-27.

BORJA DE MOZOTA, Brigitte; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 343 p.

BRITO, Regina Garcia. **O ambiente da biblioteca e a apropriação da informação: elementos físicos e simbólicos**. 2011. 104 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Departamento de biblioteconomia e Documentação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Orientação de Ivete Pieruccini. Disponível em: <<http://rabci.org/rabci/node/280>>. Acesso em: 15 fev. 2017.

CANFORA, Luciano. **A biblioteca desaparecida: história da biblioteca de Alexandria**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. 351 p.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac, 2012. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=1cwYAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT34&dq=design+para+um+mundo+complexo&ots=U4Jhiqrcrr&sig=RwrtrkGuah7LQKchCraN0xVu8rA#v=onepage&q=design%20para%20um%20mundo%20complexo&f=false>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

CASTRO, Claudio de Moura. Metamorfose ou morte? **Veja**, São Paulo, ano 48, n. 34, p. 24, ago. 2015.

CHING, Francis D. K. **Dicionário visual de arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

COELHO NETTO, J. Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001. 217 p.

CONROY, Barbara. O marketing das megatendências: criando a biblioteca do futuro. In: SILVEIRA, Amélia (org.). **Marketing em bibliotecas e serviços de informação: textos selecionados**. Brasília: IBICT, 1987. p. 15-36. Disponível em: <<http://livroaberto.ibict.br/handle/1/462>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

CORRÊA, Vanderlei Moraes; BOLETTI, Rosane Rosner. **Ergonomia: fundamentos e aplicações**. Porto Alegre: Bookman, 2015. 139 p.

CORREIA, Ana Lúcia Merege. O livro impresso, trajetória e contemporaneidade. In: PEREIRA, Maria de Nazaré Freitas; PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro (org.). **O sonho de Otlet: aventura em tecnologia da informação e comunicação**. Rio de Janeiro: IBICT/DEP/DDI, 2000. p. 27-46.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalinho de Oliveira. **Dicionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 2008.

DAMÁSIO, António R. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DAMAZIO, Vera. Design e emoção: alguns pensamentos sobre artefatos de memória. In: P&D: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 7., 2006, Paraná. **Anais eletrônicos...** Paraná, 2006. Disponível em: <https://www.academia.edu/11355018/Design_e_Emo%C3%A7%C3%A3o_alguns_pensamentos_sobre_artefatos_de_mem%C3%B3ria>. Acesso em: 20 fev. 2017.

_____. Design, memória social e emoção: uma investigação sobre coisas que fazem bem lembrar para o projeto de produtos e serviços memoráveis e para o bem viver e envelhecer. In: COUTO, Rita Maria de Souza et al. (Org.). **Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014. p. 103-119.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000. 240 p.

DRIGO, Rosana. Prefácio. In: VIEIRA, Ronaldo da Mota. **Introdução à teoria geral da biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Interciência, 2014.

FARIA, Sueli de Fátima et al. Competências do profissional da informação: uma reflexão a partir da classificação. **Ciência da informação**, [S.l.], v.34, n. 2, p. 26-33, mar. 2006. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1087>>. Acesso em: 15 jan. 2017.

FARIAS, Priscila L. Semiótica e Cognição: os conceitos de hábito e mudança de hábito em C.S. Peirce. **Revista Eletrônica Informação e Cognição**, v.1, n.1 p. 12-16, 1999. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/reic/article/view/701/604>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6. ed. São Paulo: Blucher, 2011. 173 p.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Estudos de uso e usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994. Disponível em: <<http://livroaberto.ibict.br/handle/1/452>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

FONSECA, Edson Nery da. **Introdução à biblioteconomia**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 2007. 152 p.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007. 347 p.

FOSKETT, D. J. Psicologia do usuário. In: **A contribuição da psicologia para o estudo dos usuários da informação técnico-científica**. Rio de Janeiro: Calunga, 1980. p. 11-30.

GURGEL, Miriam. **Projetando espaços**: guia de arquitetura de interiores para áreas residenciais. 5. ed. rev. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002. 304 p.

HALL, Edward T. **A dimensão oculta**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977. Disponível em: <<https://www.passeidireto.com/arquivo/10806724/a-dimensao-oculta--edward-t-hall>>. Acesso em: 27 fev. 2017.

HENNING, Wolfram. **Construção de bibliotecas na Alemanha**: conceitos e exemplos. Tradução de Ana Teresa Viana de Figueiredo Sannazzaro. São Paulo: Goethe-Institut, 2004. Disponível em: <<http://www.goethe.de/mmo/priv/1184725-STANDARD.pdf>>. Acesso em: 25 fev. 2017.

IIDA, Itiro. **Ergonomia**: projeto e produção. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Blucher, 2005. 614 p.

JACOB, Christian. Prefácio. In: BARATIN, Marc; JACOB, Christian (Dir.). **O poder das bibliotecas**: a memória dos livros no ocidente. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008. p. 200-216.

JOB, Rejane Cristina. Vendem-se bibliotecas: estratégias de marketing cultural utilizadas pelas bibliotecas públicas do RS. **Em questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 449-465. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/107>>. Acesso em: 11 jan. 2017.

KINDLEIN JÚNIOR, Wilson; COLETT, Iara Barata; DISCHINGER, Maria do Carmo Torri. Desenvolvimento de texturas como fator de design emocional. In: MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera (org.). **Design, ergonomia, emoção**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 87-104.

LE MOS, Antonio Agenor Briquet de. **De bibliotecas e biblioteconomias**: percursos. Brasília: Briquet Lemos/livros, 2015. 392 p.

LUNARDELLI, R. S. L.; QUEIROZ, S. P. A proxemia e o fazer bibliotecário. **Informação & Informação**, v. 10, n. 1, 2005. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/4354>>. Acesso em: 27 Fev. 2017.

MANCUSO, Clarice. **Arquitetura de interiores e decoração**. 4. ed. Porto Alegre (RS): Editora Sulina, 2002.

MARTINS, Rosana Fonseca de Freitas. **A gestão de design como estratégia organizacional**: um modelo de integração do design em organizações. 2004. 202 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Orientação de Eugenio Andrés Diaz Merino. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/87100>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

MARTINS, Wilson. **A palavra escrita**: história do livro, da imprensa e da biblioteca. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Ática, 2002. 519 p.

MEDEIROS, Ana Lgia Silva. Biblioteca e cidadania. **Sinais sociais**. Rio de Janeiro, v. 4, n. 13, p. 10-45 maio/ago. 2010. Disponível em: <<http://www.sesc.com.br/portal/publicacoes/sesc/revistas/sinaissociais/n13/n13>>. Acesso em: 15 jan. 2017.

MELO, Rosane Gabriele C. de. Psicologia ambiental: uma nova abordagem da psicologia. **Psicol. USP**, São Paulo, v. 2, n. 1-2, p. 85-103, 1991. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-51771991000100008>. Acesso em: 26 fev. 2017.

MENCK, André Carlos Martins; MORIGUCHI, Stella Naomi; UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Marketing**. Florianópolis: SEad/UFSC, 2008. 390 p.

MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera. Apresentao. In: MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera (org.). **Design, ergonomia, emoo**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 7-10.

MORAES, Anamaria de. Ergonomia, ergodesign e usabilidade: algumas histórias, precursores: divergências e convergências. **Revista Ergodesign & HCI**, [S.l.], v. 1, n. 1, jan. 2013. ISSN 2317-8876. Disponível em: <<http://periodicos.puc-rio.br/index.php/revistaergodesign-hci/article/view/41>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

MORAES, Lourdes de Souza. **Biblioteca Pública Municipal Mário Tolentino**: programa de necessidades. São Carlos, out. 2006. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiJmvWXtKbSAhXCkpAKHcgoD2kQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fapoiiodidatico.iau.usp.br%2Fprojeto3%2FBiblioteca_Publica_Municipal_Mario_Toletino_Programa_Necessidades_out06.doc&usq=AFQjCNEuCJGrFq4BCml7NRlK-tIA5mkDKQ&bvm=bv.147448319,d.Y2l>. Acesso em: 23 fev. 2017.

MORAES, Marielle Barros de. A Interdisciplinaridade da biblioteconomia a partir da sua historicidade curricular. **RBBD. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentao**, São Paulo, v. 11, p. 9-26, maio 2016. Disponível em: <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/554/412>>. Acesso em: 14 jan. 2017.

MOTA, Francisca Rosaline Leite; MENDES, Diogo da Silva; RIBEIRO, Micheline Maria da Silva. **Arquitetura de bibliotecas universitárias**: reflexões sobre design e layout dos espaços. Maceió/AL: EDUFAL, 2013. 169 p.

MOURA, Michelle Suellen do Espírito Santo. **Prática do buzz marketing**: um estudo de caso da biblioteca do IEMCI/UFPA. 2016. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduao) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Faculdade de Biblioteconomia, Curso de Bacharel em Biblioteconomia, Belém, 2016. Orientao do Dr. Hamilton Vieira de Oliveira.

NELLES, Paul. Justo Lpsio e Alexandria: as origens "arqueológicas" da história das bibliotecas. In: BARATIN, Marc; JACOB, Christian (Dir.). **O poder das bibliotecas**: a memória dos livros no ocidente. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008. p. 200-216.

NIEMEYER, Lucy. Design atitudinal: uma abordagem projetual. In: MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera (org.). **Design, ergonomia, emoção**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 49-64.

_____. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009. 80 p.

NOJIMA, Vera Lúcia. Comunicação e Leitura não verbal. In: COUTO, Rita Maria de Souza et al. (Org.). **Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Rio Books, 2014. p. 197-210.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008. 278 p.

NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. 4. ed. São Paulo: Annablume, 2003. 149 p.

OLIVEIRA, Marlene de. Origens e evolução da ciência da informação. In: OLIVEIRA, Marlene de (Org.). **Ciência da informação e biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação**. 2. ed. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2011. p. 6-23 (Didática)

OLIVEIRA, Silas Marques de. Marketing e sua aplicação em bibliotecas: uma abordagem preliminar. **Ciência da Informação**, [S.l.], v. 14, n. 2, dec. 1985. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/218/218>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1975. 164 p.

_____. **Semiótica**. 3. ed. São Paulo: Perspectivas, 2000. 337 p.

RANGANATHAN, S. R. **As cinco leis da biblioteconomia**. Brasília: Briquet de Lemos/Livro, 2009.

RUSO, Beatriz; HEKKERT, Paul. Sobre amar um produto: os princípios fundamentais. In: MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera (org.). **Design, ergonomia, emoção**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 31-48.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983. 84 p.

_____. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008. 186 p.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001. 222 p.

SANTANA, C. A. et al. Comparando métodos de avaliações de usabilidade, encontrabilidade e experiência do usuário. **XVII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação**, GT. 8 – Informação e Tecnologia, 2016. Disponível em:

<<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/view/3815>>. Acesso em: 27 fev. 2017.

SCOLARI, Sérgio Henrique Prado. **Design e emoção**: um modelo de círculos de referências de emoções em produtos. 2008. 77 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Arquitetura, Artes e comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2008. Orientação do Dr. João Fernando Marar. Disponível em: <http://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Design/Dissertacoes/sergio_scolari.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2017.

SCHMITT, Bernd. **A estética do marketing**. São Paulo: Nobel, 2002. 340 p.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **A longa viagem da biblioteca dos reis**: do terremoto de Lisboa à independência do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SILVA, Andrea Aparecida. A ergonomia e o ambiente de trabalho: reflexões sobre as contribuições ergonômicas em bibliotecas. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 18, n. 3, p. 73-81, 2008. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/5239>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

VANZ, Samile Andréa de Souza. **Padrões para infra-estrutura e mobiliário de bibliotecas**, 2004 (pesquisa Técnica). Disponível em: <<http://www.biccateca.com.br/downloads/padroes-bibliotecas-biccateca-2015.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

VECHIATO, F. L.; OLIVEIRA, H. P. N. C.; VIDOTTI, S. A. B. G. Arquitetura da informação pervasiva e encontrabilidade da informação: instrumento para a avaliação de ambientes informacionais híbridos. **Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação**, v. 17, 2016. Disponível em: <<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2016/enancib2016/paper/view/4118>>. Acesso em 27 fev. 2017.

VIEIRA, Ronaldo da Mota. **Introdução à teoria geral da biblioteconomia**. Rio de Janeiro: Interciência, 2014. 330 p.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca**: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 320 p.