

# Identidade visual e comunicação digital na Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras (PAB): uma proposta inicial de fortalecimento institucional

**Maria Eduarda dos Santos de Sousa <sup>I</sup>**

<https://orcid.org/0000-0002-0144-1540>

**Maria Meriane Vieira da Rocha <sup>II</sup>**

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9093-969X>

**Adelaide Helena Targino Casimiro <sup>III</sup>**

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9088-9621>

<sup>I</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil

<sup>II</sup> Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, Brasil

<sup>III</sup> Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil

**Resumo:** O artigo apresenta reflexões sobre a Arquitetura da Informação e da Comunicação digital para o fortalecimento da disseminação científica em bases de dados acadêmicas. O objetivo central foi propor um modelo de reformulação da identidade visual e do plano de comunicação digital da Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras, de modo a fortalecer sua presença e relevância acadêmica. A metodologia adotada combinou pesquisa bibliográfica e análise situacional da identidade visual e das estratégias de comunicação atualmente integradas às plataformas de redes sociais. Com base nesses dados, foram elaborados dois planos estratégicos de comunicação, incluindo a definição de objetivos, seleção de redes sociais, produção de conteúdos e indicadores de acompanhamento. Paralelamente, foi desenvolvido um plano estratégico de comunicação digital, contemplando a definição de objetivos, seleção de plataformas de redes sociais, produção de conteúdos e indicadores de acompanhamento. A proposta reúne diretrizes iniciais para implementação de um plano estratégico voltado à reformulação da identidade visual e da comunicação digital da referida base, buscando fortalecer sua presença institucional e sua atuação no contexto da disseminação científica digital. Conclui-se que a integração entre Arquitetura da Informação, comunicação visual e comunicação digital constitui elemento essencial para o fortalecimento de unidades de informação, demonstrando que a gestão da presença digital deve ser tratada como parte da política de difusão científica.

**Palavras-chave:** arquitetura da informação; comunicação visual; comunicação digital; identidade visual; base de dados pesquisas arquivísticas brasileiras

## 1 Introdução

O desenvolvimento da internet e da World Wide Web (WWW) consolidou os ambientes digitais como espaços estratégicos para produção, organização, acesso e disseminação da informação científica. A expansão das tecnologias digitais ampliou significativamente as possibilidades de comunicação científica, favorecendo a circulação de conteúdos em rede e fortalecendo processos colaborativos entre instituições, pesquisadores e usuários (Castells, 2003).

No cenário acadêmico-científico, as bases de dados digitais configuram-se como importantes instrumentos de organização e visibilidade da produção científica, ao reunirem conteúdos em ambientes estruturados que otimizam o acesso à informação e os processos de busca informacional (Silva, 2023). Contudo, diante das transformações tecnológicas e comunicacionais contemporâneas, torna-se necessário que essas plataformas sejam continuamente avaliadas e atualizadas.

No campo da Arquivologia brasileira, por exemplo, as bases de dados científicas ainda constituem iniciativas relativamente recentes, especialmente no que se refere à consolidação de ambientes digitais voltados à reunião, sistematização e divulgação da produção acadêmica da área. Entre essas iniciativas, destaca-se a Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras (PAB), objeto deste estudo, que até o momento de realização desta pesquisa contabiliza mais de 58 mil acessos e reúne um quantitativo superior a duas mil pesquisas. Ademais, a PAB mantém parcerias institucionais na área arquivística e presença ativa em redes sociais digitais, ampliando seu potencial de comunicação, difusão científica e alcance junto à comunidade acadêmica.

Nesse contexto, a plataforma tem sido objeto de estudos voltados à viabilização de sua ampliação e fortalecimento institucional, considerando seu potencial de crescimento e relevância para a comunidade arquivística. Por tratar-se de uma base de dados recente, torna-se necessário o desenvolvimento de pesquisas que subsidiem seu processo de expansão, atualização e qualificação, em consonância com a crescente projeção e alcance que ela vem adquirindo no cenário acadêmico e digital.

Considerando essas questões, questiona-se: *Como a reformulação da identidade visual e da comunicação digital da Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras pode contribuir para a disseminação da informação científica em Arquivologia?* Para isso, este estudo objetiva propor diretrizes para a reformulação da identidade visual e da comunicação estratégica digital da PAB.

Parte-se da hipótese de que a implementação de um planejamento estratégico de comunicação digital, associado à reformulação da identidade visual e à adoção de princípios de arquitetura da informação centrada no usuário, pode contribuir para o fortalecimento da visibilidade institucional da PAB, para a ampliação da disseminação científica e para o aumento do engajamento dos usuários em ambientes digitais. Outrossim, considera-se que a adoção de estratégias comunicacionais alinhadas às dinâmicas contemporâneas da *web* e às práticas de difusão científica digital pode potencializar o alcance social da plataforma e ampliar sua inserção no contexto acadêmico-científico.

A proposta de reformulação da PAB originou-se das reflexões desenvolvidas por uma das autoras no âmbito das disciplinas de Arquitetura da Informação e Comunicação Digital, nas quais foram identificadas possibilidades de aprimoramento da identidade visual, da organização informacional e da comunicação estratégica da plataforma (Silva, 2025). Assim, o estudo busca contribuir para as discussões sobre comunicação científica digital, arquitetura da informação e visibilidade científica no contexto arquivístico, oferecendo subsídios teóricos e aplicados para o fortalecimento de ambientes digitais voltados à disseminação da produção científica em Arquivologia.

Neste estudo, tendo por base Araújo (2015), compreende-se a visibilidade científica como a capacidade de circulação, recuperação, acesso e interação com conteúdos científicos em ambientes digitais, sendo potencializada por estratégias de organização da informação e comunicação digital. Já o alcance social refere-se à ampliação da presença e da interação da produção científica junto a diferentes públicos, ultrapassando os limites estritamente acadêmicos. Por sua vez, a disseminação científica digital é entendida como o conjunto de estratégias, canais e práticas voltadas à divulgação da produção científica em ambientes digitais, favorecendo sua acessibilidade, compartilhamento e apropriação social. Tais

aspectos podem ser observados por meio de indicadores relacionados ao acesso à plataforma, alcance das publicações, engajamento em redes sociais e interação dos usuários com os conteúdos disponibilizados.

## **2 Arquitetura da Informação (AI)**

O termo Arquitetura da Informação começou a ser utilizado na década de 1970, inicialmente por um grupo de cientistas vinculados à empresa Xerox, responsáveis por desenvolver uma estrutura de organização da informação para os artefatos tecnológicos produzidos pela corporação (Oliveira; Vidotti; Bentes, 2015). Contudo, alguns autores situam a origem conceitual em 1976, quando Richard Saul Wurman, arquiteto e designer gráfico norte-americano, utilizou a expressão pela primeira vez em uma convenção profissional (Aoki, 2013; Marques; Vechiato, 2017).

Na ocasião, Wurman criticou o termo *information design* (design de informação), por considerá-lo ambíguo em relação a expressões como *interior design* (design de interiores) e *industrial design* (design industrial). O autor argumentava que a ênfase exclusiva na palavra design poderia reduzir a concepção do campo a aspectos meramente estéticos, quando, na realidade, o foco deveria estar na organização, estruturação e apresentação da informação em ambientes digitais (Aoki, 2013).

A consolidação do campo ocorreu a partir da década de 1990, com destaque para a atuação de Louis Rosenfeld e Peter Morville. Em 1994, ambos fundaram a Argus Associates, primeira empresa dedicada exclusivamente a serviços de AI aplicados à web, atendendo clientes de grande porte como a Microsoft e a Ford (Silva, 2021). Pouco depois, lançaram a obra *Information Architecture for the World Wide Web*, que contribuiu significativamente para a definição conceitual e prática da área. Esse movimento foi seguido, em 1998, pela criação do Asilomar Institute for Information Architecture, mais tarde denominado Information Architecture Institute, entidade voltada à promoção da disciplina, à realização de conferências e à consolidação de padrões de atuação.

A partir desse momento, a Arquitetura da Informação passou a se afirmar como campo interdisciplinar, articulando conhecimentos oriundos da Ciência da

Informação, Ciência da Computação, Design e Arquitetura (Silva; Sousa; Lima, 2022). De acordo com Wurman (2002), os estudos da AI concentram-se em estruturar a informação de modo a favorecer a navegação intuitiva, enquanto Rosenfeld e Morville (2006) enfatizam seu papel na criação de sistemas e estruturas que viabilizem a recuperação, a organização e o uso eficiente da informação, priorizando a usabilidade e a experiência do usuário.

Lima (2016, p. 48) observa que “[...] um dos maiores objetivos da arquitetura da informação é proporcionar uma estrutura lógica que possa ajudar o usuário a encontrar a informação de que necessita, tornando acessível o que já existe na organização”. A autora estabelece um paralelo entre a AI e a arquitetura convencional, ressaltando que ambas se pautam pelo planejamento de ambientes para torná-los funcionais, sendo o “planejamento” o elemento-chave também no espaço digital. Essa analogia reforça a compreensão de que a sistematização e a categorização dos dados são fundamentais para garantir o acesso e a recuperação da informação.

Vidotti, Cusin e Corradi (2008) inserem a AI no contexto da Ciência da Informação, destacando funções como organização, armazenamento, preservação, representação e classificação de conteúdos informacionais. Para os autores, a disciplina se estrutura em quatro sistemas interdependentes: organização, rotulagem, navegação e busca. Esses elementos sustentam o processo de categorização, atribuição de descrições, orientação da navegação e localização do conteúdo, constituindo a base da interação entre usuários e ambientes digitais.

Ao longo dos anos, esses sistemas foram detalhados e expandidos, abrindo caminho para novas abordagens da AI, adaptadas às transformações tecnológicas e sociais do mundo contemporâneo. Nesse processo, emergiram concepções como Arquitetura da Informação, arquitetura, sistêmica, informacional e pervasiva, que podem ser visualizadas no Quadro 1.

**Quadro 1** - Abordagens presentes na Arquitetura da Informação

| Abordagem            | Características                                                                          | Foco                                         | Objetivos                                                                                           |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Arquitetural</b>  | Design estrutural;<br>Hierarquia e navegação;<br>Consistência e coerência;               | Estrutura e design de sistemas de informação | Criar estruturas lógicas e intuitivas para facilitar a navegação e interação dos usuários           |
| <b>Sistêmica</b>     | Visão holística;<br>Processos e fluxos;<br>Interdependência dos componentes;             | Sistema como um todo integrado               | Otimizar a eficiência e a harmonia dos componentes do sistema para um funcionamento coeso           |
| <b>Informacional</b> | Estruturação e classificação;<br>Metadados e descrição;<br>Usabilidade e acessibilidade; | Organização e gestão da informação           | Garantir que a informação seja organizada, acessível e compreensível para os usuários               |
| <b>Pervasiva</b>     | Integração entre o ambiente físico e o digital                                           | Integração da tecnologia na vida cotidiana   | Fornecer uma experiência de usuário fluida e transparente, incorporando tecnologia de forma natural |

Fonte: Elaborado pelas autoras.

O Quadro 1 evidencia que a Arquitetura da Informação, inicialmente concebida como estratégia para a gestão do conhecimento nas organizações, ampliou seu escopo de atuação. Hoje em dia, constitui-se como disciplina aplicada tanto à estruturação de ambientes digitais quanto ao desenvolvimento de sistemas híbridos e integrativos, em que a informação circula de maneira cada vez mais ubíqua e articulada.

### 3 Metodologia

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, de procedimentos exploratórios e descritivos (Marconi; Lakatos, 2017), cujo objetivo central é propor diretrizes de reformulação da identidade visual e da estratégia de comunicação digital da PAB.

Para tanto, o estudo dialoga com princípios do Design Centrado no Usuário (DCU), conforme discutido por Lima (2016) e por Rosenfeld e Morville (2006), considerando aspectos relacionados à usabilidade, organização da informação e experiência do usuário aplicados ao contexto da plataforma. Embora

não tenham sido realizados testes empíricos com usuários especificamente no presente estudo, a proposta foi desenvolvida a partir de referenciais voltados à adequação das interfaces digitais às necessidades informacionais de pesquisadores, estudantes e profissionais da Arquivologia.

A metodologia foi estruturada em dois eixos interdependentes:

- a) a reformulação da identidade visual da base, envolvendo logotipo, tipografia, cores e *layout*; e
- b) a elaboração de um plano estratégico de comunicação digital, voltado principalmente para redes sociais acadêmicas e institucionais. Esses eixos complementam-se, uma vez que a dimensão estética e funcional da interface precisa estar alinhada à sua estratégia de divulgação e engajamento.

Inicialmente, realizou-se pesquisa bibliográfica e documental, visando a fundamentar teoricamente a proposta. Foram revisitados conceitos de Arquitetura da Informação, usabilidade, experiência do usuário, comunicação visual e estratégias digitais, com base em autores como Wurman (2002), Dondis (2006), Rosenfeld e Morville (2006) e Karhawi e Terra (2021). Na sequência, realizou-se análise situacional da identidade visual e da comunicação digital da PAB, por meio de observação sistemática da interface da plataforma e de seus canais institucionais em redes sociais.

O segundo eixo metodológico concentrou-se na elaboração de um plano estratégico de comunicação digital, inspirado no modelo de Karhawi e Terra (2021). Esse plano prevê objetivos claros para as redes sociais da base, seleção das mídias prioritárias (com destaque para Instagram e Facebook), definição de tipos de conteúdo, bem como estratégias de engajamento da comunidade científica. Além disso, estabeleceu-se um cronograma editorial e indicadores de acompanhamento relacionados ao alcance das publicações, engajamento dos usuários, crescimento de seguidores e interação com os conteúdos científicos divulgados, visando a orientar a execução do planejamento e subsidiar futuras avaliações da estratégia de comunicação digital.

Ressalta-se que o presente estudo possui caráter exploratório e propositivo, apresentando diretrizes iniciais para futura implementação,

acompanhamento e validação empírica das estratégias propostas (Silva, 2025). Nesse sentido, as proposições aqui desenvolvidas constituem subsídios preliminares para o fortalecimento institucional e comunicacional da PAB, podendo ser posteriormente ampliadas mediante aplicação prática e participação direta dos usuários da plataforma. A execução metodológica foi planejada para ocorrer ao longo de um semestre letivo, de forma sequencial e integrada, garantindo a articulação entre a fundamentação teórica, a análise crítica da situação atual e a proposição de soluções práticas.

#### **4 A comunicação visual e digital**

A palavra “comunicação” tem origem no latim *communicare*, que significa compartilhar, participar de algo, tornar comum. Trata-se, portanto, de um processo essencialmente social e coletivo, por meio do qual indivíduos, grupos e instituições estabelecem trocas de informações, conhecimentos, valores e sentidos. Bessa (2006) explica que a comunicação é estruturada a partir da transformação de mensagens em sinais por um emissor e da subsequente decodificação desses sinais por um receptor, utilizando-se um canal para garantir a transmissão. Esse processo, embora pareça simples em sua formulação, é permeado por ruídos, interpretações distintas e múltiplas possibilidades de compreensão.

Ao observar o ambiente comunicacional contemporâneo, nota-se que os indivíduos são constantemente expostos a uma ampla gama de estímulos, dos quais apenas alguns são selecionados de acordo com interesses, percepções e repertórios culturais. Como afirma Schuhmaker (2011), cada pessoa filtra os estímulos e decide quais deles merecem atenção, o que implica que um mesmo estímulo pode ser interpretado de maneiras diferentes por públicos distintos. Esse aspecto é particularmente relevante no âmbito da comunicação visual, pois exige que os elementos gráficos sejam pensados para reduzir ambiguidades e ampliar a clareza das mensagens.

Araújo (2018, p. 16) define a comunicação visual como o “[...] processo de organizar e comunicar informações, mediante o auxílio de ferramentas visuais”. Tal definição evidencia que sua função central é estruturar, dar forma e

transmitir conteúdos por meio de recursos como imagens, tipografias, cores, gráficos e símbolos, que atuam como mediadores da mensagem. Essa função pode ser mais bem compreendida quando analisamos a evolução histórica da comunicação visual, que acompanha as mudanças nas tecnologias e nas práticas sociais e culturais.

Na antiguidade, a comunicação visual estava relacionada a representações gráficas em paredes de cavernas, como as pinturas rupestres, que cumpriam funções narrativas, religiosas e sociais, transmitindo conhecimento entre gerações. Com o surgimento da escrita, especialmente em manuscritos medievais, o texto passou a conviver com imagens, iluminuras e outros elementos gráficos que reforçam o sentido das mensagens. Já no mundo contemporâneo, a comunicação visual assume objetivos específicos, entre os quais se destacam a simplificação de informações complexas por meio de representações visuais claras e intuitivas, a construção de identidades visuais que reforcem a imagem de uma instituição ou produto, e a busca pelo engajamento do público por meio de estímulos estéticos que provoquem emoções e incentivem determinadas ações.

Essa perspectiva histórica reforça a ideia de que a comunicação, seja ela verbal ou visual, constitui um elo essencial para a transformação das interações humanas e sociais, servindo tanto à vida em comunidade quanto às relações institucionais e profissionais. Como lembra Souza (2023), a comunicação acompanha a própria trajetória civilizatória, sendo reconfigurada a cada etapa tecnológica e cultural.

Dondis (2006) identifica elementos básicos que estruturam a linguagem visual, os quais podem ser considerados a gramática da comunicação gráfica: ponto, linha, forma, cor, tom, textura, direção, escala, dimensão e movimento. Cada um deles, conforme apresentado no Quadro 2, contribui para a construção de significados específicos.

**Quadro 2** - Elementos básicos de comunicação visual

| <b>Elemento visual</b> | <b>Descrição</b>                                                                                                                                                                                                |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ponto</b>           | O ponto é a unidade básica na comunicação visual, representando uma localização específica no espaço. É usado para criar formas e padrões e pode servir como um elemento de destaque.                           |
| <b>Linha</b>           | Define contornos, formas e estruturas; guia o olhar e divide áreas.                                                                                                                                             |
| <b>Forma</b>           | Figuras geométricas (círculos, quadrados) e orgânicas (formas livres) que definem objetos e espaços.                                                                                                            |
| <b>Cor</b>             | Atributo visual que resulta da reflexão da luz em diferentes comprimentos de onda. Inclui matiz (o tipo de cor), saturação (intensidade) e brilho (clareza), e é usada para criar contraste, destaque e emoção. |
| <b>Tom</b>             | Intensidade de uma cor ou à variação de uma cor em relação ao preto e ao branco. Ele pode indicar profundidade e criar efeitos de luz e sombra.                                                                 |
| <b>Textura</b>         | Aparência superficial de uma superfície, real (tátil) ou simulada (visual), adiciona profundidade e interesse.                                                                                                  |
| <b>Direção</b>         | Caminho ou à orientação que os elementos visuais seguem, como linhas ou formas. Pode guiar o olhar e criar sensação de movimento ou estabilidade.                                                               |
| <b>Escala</b>          | Tamanho dos elementos visuais em um design. Pode indicar importância e criar hierarquia visual, ajudando a destacar elementos principais e criar uma sensação de proporção.                                     |
| <b>Dimensão</b>        | A dimensão refere-se à percepção de profundidade e volume em um design bidimensional. Pode ser sugerida através de técnicas de sombreado e perspectiva, criando uma sensação de tridimensionalidade.            |
| <b>Movimento</b>       | Sensação de dinâmica e mudança dentro de um design. Pode ser sugerido através da disposição dos elementos, das linhas ou formas que conduzem o olhar, criando a impressão de ação ou fluxo.                     |

Fonte: Adaptado de Dondis (2006).

Embora esses dez elementos sejam clássicos, Araújo (2018) identificou lacunas na definição proposta por Dondis e acrescentou três novos: contraste, brilho e volume. O contraste destaca diferenças entre elementos e amplia a legibilidade; o brilho interfere na percepção de cor e profundidade, sendo essencial para a criação de efeitos visuais; e o volume reforça a sensação tridimensional dos objetos representados, conferindo maior realismo. A estes, soma-se a tipografia, muitas vezes subestimada, mas que, segundo Farias (2016, p. 10), compreende “[...] práticas e processos envolvidos na criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-

ortográficos (números, sinais de pontuação, etc.) ”. Duarte e Santos (2021) enfatizam que a tipografia, assim como os demais elementos, deve integrar-se de forma harmônica para que a comunicação visual seja eficaz, reforçando símbolos e significados de maneira coesa.

No ambiente digital, a comunicação assume novas configurações, passando a depender de canais eletrônicos e plataformas online. Saad Corrêa (2008, p. 314) explica que exemplos típicos de comunicação digital incluem “[...] *weblogs* de qualquer tipo, fluxos multimídia (noticiosos, visuais, musicais, entretenimento, etc.), *intranets*, portais de acesso, portais corporativos, mensagens SMS e MMS”. Esse tipo de comunicação, intensificado pela ubiquidade da internet, tornou-se central na vida social contemporânea, já que é nesse espaço que indivíduos e organizações expressam ideias, compartilham informações, realizam transações, influenciam opiniões e constroem vínculos sociais.

Recuero (2011) argumenta que, nesse contexto, a visibilidade é um valor estratégico, uma vez que a exposição de um nó em rede potencializa suas conexões, aumentando a capacidade de gerar suporte social e interações. Assim, ser visível no ambiente digital não é apenas estar presente, mas estar posicionado de forma estratégica. É nessa direção que Karhawi e Terra (2021) ressaltam a importância do gerenciamento intencional da presença digital: organizações que planejam e monitoram suas ações nesse espaço ampliam seu alcance, consolidam sua identidade e estabelecem vínculos mais sólidos com seus públicos.

A PAB<sup>1</sup> é uma plataforma que visa a fortalecer a visibilidade e o acesso às produções arquivísticas brasileiras em sua pluralidade institucional e temática. Com uma organização objetiva, centraliza conteúdos acadêmicos, tais como: projetos de pesquisa, projetos de extensão, monografias (Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de graduação), especializações, dissertações e teses.

Desde julho de 2022, a base passou a incluir não apenas a produção dos docentes dos dezessete cursos de Arquivologia em universidades públicas brasileiras, mas também as pesquisas de arquivistas de instituições brasileiras em geral, com o mesmo objetivo de dar notoriedade e organização coletiva às

produções científicas do campo. Para ilustrar, segue a página inicial para referida base:

**Figura 1** - Página inicial da PAB



Fonte: Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras (2025).

Descrição da Figura 1: A imagem é uma captura de tela e apresenta a página inicial ou “Sobre nós” com texto em português sobre a PAB.

A estrutura da base permite a visualização agrupada por universidade e por tipo de ator social (docente, discente, pesquisador) através das *hashtags*, evitando a fragmentação comum na Plataforma Lattes. Ao que concerne a sua representação visual, destaca-se um mapa nas cores azul e verde-lunar que destaca os estados brasileiros que oferecem cursos de Arquivologia, simbolizando as conexões entre esses cursos e atores sociais. Possui meios de comunicação para interação com seus usuários: Instagram, Facebook, e-mail e Youtube.

A PAB constitui um espaço relevante de difusão do conhecimento científico em Arquivologia. Nesse contexto, a reformulação de sua identidade visual representa mais do que uma alteração estética: configura-se como estratégia de fortalecimento institucional e de alinhamento com as práticas contemporâneas de comunicação científica. O Quadro 3 apresenta as etapas previstas para esse processo de reformulação.

**Quadro 3** - Plano para fortalecimento da identidade visual da PAB

| Etapa                                                  | Descrição                                                                                                                                       | Ação                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Análise situacional</b>                             | Revisar a comunicação visual existente para identificar pontos fortes e áreas que precisam de melhorias.                                        | Realizar auditoria visual;<br>Coletar <i>feedback</i> dos usuários sobre a interface atual;<br>Analisar dados de uso e desempenho das interfaces visuais existentes. |
| <b>Definição de novos objetivos</b>                    | Estabelecer metas claras para a reformulação, como melhorar a usabilidade, atualizar a identidade visual, ou reforçar a marca.                  | Definir os principais objetivos da reformulação;<br>Alinhar as expectativas com a equipe e as partes interessadas.                                                   |
| <b>Pesquisa de tendências e benchmarking</b>           | Estudar tendências atuais em <i>design</i> visual e revisar o que outras bases de dados científicas estão aplicando.                            | Analisar tendências de <i>design</i> contemporâneo;<br>Examinar as melhores práticas de comunicação visual em bases de dados acadêmicas e científicas.               |
| <b>Redefinição e documentação da identidade visual</b> | Atualizar o logotipo, paleta de cores (se for necessário), tipografia e outros elementos visuais, para criar uma identidade renovada e moderna. | Desenvolver novas propostas de identidade visual;<br>Criar guias de estilo atualizados que reflitam a nova identidade.                                               |
| <b>Redesenho da interface</b>                          | Reformular o <i>layout</i> e a estrutura da interface, para melhorar a navegabilidade e a experiência do usuário.                               | Criar <i>wireframes</i> e protótipos de baixa e alta fidelidade;<br>Testar o novo <i>design</i> com usuários reais antes da implementação final.                     |

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Além da reformulação estética e comunicacional, a proposta considera aspectos estruturais da Arquitetura da Informação aplicados à organização da plataforma (Marques; Vechiato, 2017). Entre as diretrizes previstas, destacam-se: reorganização dos sistemas de navegação, revisão dos rótulos e categorias de acesso, ampliação da padronização descritiva dos conteúdos e aprimoramento dos mecanismos de busca e recuperação da informação. Também se propõe a revisão da estrutura de organização temática da base, visando a favorecer a encontrabilidade das pesquisas e proporcionar uma navegação mais intuitiva para pesquisadores, estudantes e demais usuários.

Nesse contexto, compreende-se que a organização estrutural da informação constitui elemento fundamental para o fortalecimento da experiência do usuário em ambientes digitais científicos (Lima, 2016). Assim, as proposições desenvolvidas buscam integrar aspectos visuais, comunicacionais e

informacionais, considerando não apenas a identidade gráfica da plataforma, mas também sua funcionalidade, acessibilidade e potencial de recuperação da informação.

A proposta também considera aspectos contemporâneos relacionados à acessibilidade digital, responsividade e interoperabilidade informacional. Dessa forma, entende-se que ambientes científicos digitais necessitam não apenas de interfaces visualmente organizadas, mas também de estruturas compatíveis com diferentes dispositivos e acessíveis a distintos perfis de usuários. Do mesmo modo, a interoperabilidade entre sistemas e plataformas digitais apresenta-se como elemento relevante para potencializar a circulação e a integração das informações científicas em rede.

Esse processo compreende a análise crítica do logotipo, das cores e da tipografia atualmente utilizados, com vistas a verificar sua adequação à missão da base. O objetivo é documentar as propostas de reformulação e submetê-las à avaliação de coordenadoras e colaboradores, consolidando um planejamento visual coerente com a relevância da PAB no campo científico.

No ambiente virtual, a identidade visual deve ser acompanhada de um planejamento estratégico de comunicação, pois, como lembram Karhawi e Terra (2021), mesmo antes da ascensão das tecnologias digitais, a clareza e a intencionalidade da comunicação eram fatores determinantes para a consolidação institucional. Hoje em dia, no entanto, a multiplicidade de plataformas e a velocidade das interações exigem metodologias ainda mais rigorosas.

Um plano de comunicação digital estruturado envolve etapas como monitoramento da reputação, identificação dos públicos, análise de concorrentes, definição de objetivos, escolha das mídias sociais adequadas, produção de conteúdos relevantes e mensuração contínua de resultados (Karhawi; Terra, 2021). O Quadro 4 sintetiza essas etapas.

**Quadro 4 - Etapas do planejamento estratégico em comunicação digital**

| <b>Etapas</b>                                 | <b>Descrição</b>                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Monitoramento da reputação</b>             | Compreensão das percepções do público em relação a uma organização, marca ou figura pública. Isso é feito através da observação constante de conversas on-line, menções, comentários em redes sociais e outros conteúdos digitais. |
| <b>Identidade do público</b>                  | Identificação das características do público, incluindo o que consomem, os temas que os convencem, e suas expectativas.                                                                                                            |
| <b>Análise de Concorrentes</b>                | Identificação dos objetivos de comunicação dos concorrentes nas mídias digitais, avaliação de indicadores e métricas, e mapeamento do tipo de conteúdo produzido e do relacionamento estabelecido com os públicos.                 |
| <b>Definição dos objetivos de comunicação</b> | Clareza nos objetivos de comunicação para orientar a criação de materiais e estratégias alinhados às metas estratégicas da organização.                                                                                            |
| <b>Seleção das mídias sociais</b>             | Escolha das mídias sociais mais usadas que atendam às demandas e objetivos da organização.                                                                                                                                         |
| <b>Produção de conteúdos relevantes</b>       | Criação de conteúdos que considerem aspectos técnicos e que estejam adequados ao perfil do público, suas demandas e interesses, adicionando valor ao seu cotidiano.                                                                |
| <b>Mensuração e análise dos resultados</b>    | Avaliação contínua das estratégias de comunicação digital, permitindo ajustes necessários e melhorias na abordagem para alcançar os objetivos.                                                                                     |

Fonte: Adaptado de Karhawi e Terra (2021).

Aplicando esse modelo à PAB, propõe-se a utilização das redes sociais como extensão da base, com foco no Instagram e no Facebook. Os objetivos estratégicos incluem ampliar a visibilidade da PAB, aumentar a interação com a comunidade científica, divulgar conteúdos científicos de forma acessível, promover eventos e lives, apoiar pesquisadores iniciantes e fortalecer parcerias institucionais.

Entre os conteúdos sugeridos, destacam-se séries temáticas como #TEMNAPAB, que apresenta resumos visuais de pesquisas indexadas; postagens de bastidores, que revelam o trabalho de curadoria da equipe; celebrações de datas e conquistas; divulgação de eventos e concursos; entrevistas com pesquisadores renomados; posts educativos sobre tendências da Arquivologia e orientações para novos pesquisadores; além de conteúdos interativos, como quizzes, top cinco dos trabalhos mais acessados e mapas de distribuição geográfica das pesquisas. Com

essas ações, a PAB poderá ampliar sua presença digital, aproximar-se da comunidade arquivística e consolidar-se como referência na comunicação e difusão da produção científica brasileira em Arquivologia.

## **5 Considerações finais**

A evolução da internet e, posteriormente, da World Wide Web representou não apenas um marco na comunicação digital, mas também a emergência de novas formas de organização da informação, que culminaram na consolidação da Arquitetura da Informação (AI) como campo interdisciplinar. Como observado por Castells (2003), a abertura estrutural da rede e sua capacidade de conectar pessoas e instituições em escala global impulsionaram transformações profundas na circulação do conhecimento. Contudo, como já indicavam Rosenfeld e Morville (2006), a ausência inicial de padronização na *web* revelou as limitações de um ambiente em que a usabilidade e a experiência dos usuários eram negligenciadas em favor de soluções fragmentadas e estéticas pouco consistentes.

Nesse cenário, a Arquitetura da Informação consolidou-se como disciplina voltada à estruturação lógica e funcional dos ambientes digitais, como ressaltam Wurman (2002) e Lima (2016). A partir dela, tornou-se possível conceber interfaces que privilegiam a organização e a acessibilidade, fatores determinantes para que os usuários encontrem a informação de que necessitam de maneira intuitiva. Essa compreensão reforça a noção de que o design de sistemas de informação transcende o campo estético, constituindo-se como processo estratégico para a construção de experiências de navegação mais eficientes e inclusivas.

A proposta desenvolvida neste estudo evidenciou que a PAB se encontra em um momento oportuno para revisar sua identidade visual e sua presença digital. Ao propor a reformulação de sua identidade gráfica e o delineamento de um plano estratégico de comunicação digital, buscou-se alinhar a base às tendências contemporâneas de difusão científica, em consonância com os princípios de clareza e intencionalidade destacados por Karhawi e Terra (2021). Tal alinhamento visa não apenas a fortalecer a imagem institucional da PAB, mas

também a ampliar seu papel como espaço de referência na disseminação da produção arquivística brasileira.

Os resultados aqui sistematizados apontam que a comunicação visual e digital desempenha função estratégica na consolidação da visibilidade científica. Conforme Dondis (2006) e Araújo (2018), os elementos gráficos (ponto, linha, forma, cor, tipografia, entre outros) quando articulados de forma harmônica, contribuem para a clareza da mensagem e para o engajamento do público. Da mesma forma, a presença digital planejada, como destacam Recuero (2011) e Souza (2023), possibilita ampliar conexões, legitimar instituições e construir vínculos sociais sólidos.

Este artigo também evidenciou que a adoção do paradigma do DCU, defendido por Rosenfeld e Morville (2006), é essencial para garantir que a reelaboração do *design* da base responda às expectativas de seus usuários prioritários: pesquisadores, docentes, estudantes e profissionais da Arquivologia. Sugere-se, para tanto, a incorporação de práticas interativas de prototipagem e avaliação de usabilidade, de modo a assegurar a adequação funcional e estética da interface, consolidando com os objetivos institucionais.

Como *insight* relevante, compreende-se que a identidade visual e a comunicação digital de uma base de dados científica não podem ser tratadas de forma acessória ou meramente decorativa. Nesse sentido, a proposta de reformulação da PAB evidencia não apenas preocupação estética, mas também interesse em fortalecer a valorização da Arquivologia como campo científico e ampliar o alcance social das pesquisas disponibilizadas pela plataforma.

Apesar dos avanços alcançados, reconhece-se que este estudo possui limitações, sobretudo no que se refere à necessidade de aprofundar a participação direta dos usuários em todas as etapas do processo de reformulação, o que poderia ser expandido por meio de metodologias colaborativas mais robustas. Reconhece-se, ainda, que a ausência de testes empíricos de usabilidade e validação direta com usuários constitui uma limitação metodológica do presente estudo, aspecto que poderá ser incorporado em pesquisas futuras voltadas à implementação prática das proposições aqui apresentadas. Assim, sugerem-se pesquisas futuras voltadas à investigação do impacto das estratégias de comunicação digital na visibilidade

científica das bases de dados, bem como estudos comparativos com iniciativas similares em outros países.

Em síntese, reafirma-se que a integração entre Arquitetura da Informação, comunicação visual e comunicação digital constitui um campo fértil e estratégico para a gestão de unidades de informação na sociedade contemporânea. Ao articular teoria e prática, este artigo procurou oferecer não apenas uma reflexão crítica, mas também uma contribuição aplicável ao fortalecimento da Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras, consolidando sua relevância como ferramenta de difusão e valorização da produção arquivística nacional.

### **Agradecimentos**

Agradecemos à toda equipe de colaboradores da Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras (PAB) pelo trabalho cooperativo; à Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e à Universidade Federal da Bahia (UFBA) pelos apoios institucionais.

### **Referências**

AOKI, Mário Henrique. **Arquitetura de informação**: um panorama sobre uma nova área nas agências digitais. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

ARAÚJO, Ana Cláudia Costa. **Comunicação visual no processo de geração de ideias**: uma proposta para a técnica de criatividade creation. 2018. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Centro de Tecnologia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira. Marketing científico digital e métricas alternativas para periódicos: da visibilidade ao engajamento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 67- 84, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1981-5344/2402>. Acesso em: 10 out. 2025.

BASE DE DADOS PESQUISAS ARQUIVÍSTICAS BRASILEIRAS (PAB). **Página inicial**. [S.l.: s.n.], 2025.

BESSA, Dante Diniz. **Teorias da comunicação**. Brasília: Ed. da Universidade de Brasília, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

DUARTE, Audrey Marques; SANTOS, Marli. Comunicação visual no ambiente digital: dispositivos e performance tipográfica nas capas da revista Elle. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 28, n. 1, p. 1-19, 2021. Disponível em: <http://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.1.31061>. Acesso em: 20 ago. 2024.

FARIAS, Priscila Lena. **Estudos sobre tipografia**: letras, memória gráfica e paisagens tipográficas. 2016. Tese (Livre-Docência) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

KARHAWI, Issaaf; TERRA, Carolina Frazon. Planejamento estratégico em comunicação digital: apontamentos e possibilidades entre a teoria e a prática. **Revista Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 22, n. 49, p. 37-54, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.13037/ci.vol22n49.7371>. Acesso em: 20 ago. 2024.

LIMA, Gercina Ângela Borém Oliveira. Arquitetura da informação. In: MIRANDA, Roberto Campos Rocha (org.). **Arquitetura da informação na Câmara dos Deputados**. Brasília: Ed. Câmara dos Deputados, 2016.

MARCONI, Marina Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARQUES, Cleidiane Araújo Guedes; VECHIATO, Fernando Luiz. Arquitetura da informação em repositórios digitais: análise do repositório institucional da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. **BiblioCanto**, Natal, v. 3, n. 1, p. 2-28, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.21680/2447-7842.2017v3n1ID11944>. Acesso em: 10 jul. 2024.

OLIVEIRA, Henry Pôncio Cruz; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio; BENTES, Virginia Bentes. **Arquitetura da informação pervasiva**. São Paulo: Ed. UNESP, 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

ROSENFELD, Louis; MORVILLE, Peter. **Information architecture for the World Wide Web**. 3. ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2006.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. Reflexões para uma Epistemologia da Comunicação Digital. **Observatório (OBS\*)**, Lisboa, v. 2, n. 1, p. 1-14, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.15847/obsOBS212008116>. Acesso em: 21 ago. 2024.

SCHUHMAKER, Vera Niedersberg. **Comunicação visual para web I**: livro didático. 3. ed. Palhoça: Ed. da UnisulVirtual, 2011.

SILVA, Lucas Henrique Alves; SOUSA, Marckson Roberto Ferreira; LIMA, Izabel França. Arquitetura da informação em repositórios de dados Científicos disciplinares: a influência dos sistemas de navegação e busca na encontrabilidade dos dados. **Informação & Informação**, Londrina, v. 27, n. 2, p. 223-247, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2022v27n2p223>. Acesso em: 10 ago. 2024.

SILVA, Márcio Bezerra. Organização da informação em interfaces web: sinalizações da Arquitetura da Informação aos desenvolvedores front-end. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, João Pessoa, v. 14, p. 1-19, 2021.

SILVA, Maria Eduarda Santos. **Ambientes científicos digitais**: proposições de aperfeiçoamento para a Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras (PAB). 2025. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Rio Grande do Norte, 2025.

SILVA, Maria Eduarda Santos. **Bases de dados em Arquivologia no Brasil**: estudo da usabilidade na Base de Dados em Arquivística (BDA) e na Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras (PAB). 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Arquivologia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Paraíba, 2023.

SOUZA, Emerson Pinho Moreira. **A comunicação visual como agente transformador da comunicação organizacional**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Departamento de Ciências Exatas e da Terra, Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2023.

VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio; CUSIN, Cesar Augusto; CORRADI, Juliane Adne Mesa. Acessibilidade digital sob o prisma da Arquitetura da Informação. In: GUIMARÃES, José Augusto Chaves; FUJITA, Mariângela Spotti Lopes. **Ensino e pesquisa em Biblioteconomia no Brasil**: a emergência de um novo olhar. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008.

WURMAN, Richard Saul. **Information architects**. 2. ed. New York: Graphis, 2002.

## **From user-centered design to strategic communication: redesigning the Pesquisas Arquivísticas Brasileiras Database (PAB)**

**Abstract:** This article presents reflections on Information Architecture and digital communication for strengthening scientific dissemination in academic databases. The main objective was to propose a model for redesigning the visual identity and the digital communication plan of the Pesquisas Arquivísticas Brasileiras Database, to strengthen its academic presence and relevance. The methodology combined bibliographic research and situational analysis of the current visual identity and communication strategies integrated with social media platforms. Based on these elements, initial guidelines for visual restructuring and strategic digital communication planning were developed, considering principles related to Information Architecture, usability and user experience. Based on this evidence, interface prototypes were developed, tested for usability, and consolidated into a style guide to ensure visual consistency. In parallel, a strategic digital communication plan was developed, including the definition of objectives, selection of social media platforms, content production, and monitoring indicators. The proposal brings together initial guidelines for implementing a strategic plan aimed at redesigning the visual identity and digital communication of the Database, seeking to strengthen its institutional presence and its role in the context of digital scientific dissemination. It is concluded that the integration of Information Architecture, visual communication, and digital communication is essential for strengthening information units, demonstrating that digital presence management must be considered part of scientific dissemination policies.

**Keywords:** information architecture; visual communication; digital communication; visual identity; pesquisas arquivísticas brasileiras database

### **Declaração de autoria**

**Concepção e elaboração do estudo:** Maria Eduarda dos Santos de Sousa, Maria Meriane Vieira da Rocha, Adelaide Helena Targino Casimiro

**Coleta de dados:** Maria Eduarda dos Santos de Sousa

**Análise e interpretação de dados:** Maria Eduarda dos Santos de Sousa, Maria Meriane Vieira da Rocha, Adelaide Helena Targino Casimiro

**Redação:** Maria Eduarda dos Santos de Sousa, Maria Meriane Vieira da Rocha, Adelaide Helena Targino Casimiro

**Revisão crítica do manuscrito:** Maria Meriane Vieira da Rocha, Adelaide Helena Targino Casimiro

## **Declaração de disponibilidade de dados**

Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

## **Autoria para correspondência**

Adelaide Helena Targino Casimiro  
adelaide\_helena@hotmail.com

## **Editor-chefe**

Thiago Henrique Bragato Barros

## **Como citar**

SOUSA, Maria Eduarda dos Santos de; ROCHA, Maria Meriane Vieira da; CASIMIRO, Adelaide Helena Targino. Identidade visual e comunicação digital na Base de Dados Pesquisas Arquivísticas Brasileiras (PAB): uma proposta inicial de fortalecimento institucional. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 32, e-150195, 2026. DOI: <https://doi.org/10.1590/1808-5245.32.150195>

## **Parecer(es) aberto(s):**

<https://doi.org/10.1590/1808-5245.32.150195A>

<https://doi.org/10.1590/1808-5245.32.150195B>

Recebido: 13/09/2025

Aceito: 01/06/2026

Copyright (c) 2026 Maria Eduarda dos Santos de Sousa, Maria Meriane Vieira da Rocha, Adelaide Helena Targino Casimiro. Este trabalho está licenciado sob uma licença [Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho licenciado sob a Licença Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), que permite o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria. Os artigos são de acesso aberto e uso gratuito.



<sup>1</sup> BASE DE DADOS PESQUISAS ARQUIVÍSTICAS BRASILEIRAS (PAB). **Página inicial**. [S.l.: s.n.], 2025. Disponível em: <https://www.ccsa.ufpb.br/pesquisarquivistica/>. Acesso em: 20 jul. 2026.