



Revista Interamericana de Bibliotecología

ISSN: 0120-0976

revinbi@bibliotecologia.udea.edu.co

Universidad de Antioquia

Colombia

de Lima Saraiva, Natália; de Moura Pereira, Tânia Maria; Porto Ancona Lopez, André
Imagens e sensações: o acesso à informação em acervos fotográficos
Revista Interamericana de Bibliotecología, vol. 40, núm. 3, septiembre-diciembre, 2017,
pp. 261-271
Universidad de Antioquia
Medellín, Colombia

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179052510006>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Imagens e sensações: o acesso à informação em acervos fotográficos

Resumo

O artigo pretende discutir como se configura o acesso à informação, de modo ativo, utilizando imagens e fotografias existentes em acervos institucionais. Consideramos que as sensações e conceitos emanados das imagens e dos documentos fotográficos são contraditórios e variam de acordo com a experiência de vida das pessoas e sociedades. Também entendemos que o direito ao acesso à informação está atrelado aos direitos de cidadania, no que se refere ao direito à cultura, à memória e as garantias individuais e, ainda no relacionamento dos cidadãos com o Estado. Essa reflexão visa analisar algumas estratégias de acesso à informação em acervos fotográficos, por meio das imagens e fotografias como recurso de difusão, e na perspectiva de entender como o marketing nos arquivos pode possibilitar esse acesso. Utilizamos a metodologia de estudo exploratório em portais de acervos fotográficos de duas instituições, de modo a identificar padrões de sistematização, transparência e difusão da informação. Os resultados obtidos estão relacionados à melhoria da divulgação e valorização dos arquivos, na aproximação dos acervos com a sociedade, o que implica também na ampliação do acesso à informação ao cidadão e na concretização dos direitos e garantias individuais resguardados pelo relacionamento com a sociedade e com o Estado.

Palavras-chave: Acesso à informação, acervo fotográfico, difusão de acervos, marketing em arquivos, Arquivo Nacional (Brasil), Instituto Moreira Salles.

Images and Sensations: An Access to Information on Photographic Archives

Abstract

This article aims to discuss the way access to information is setup actively using images and photographs found in institutional repertoires. We consider that the

Cómo citar este artículo: Saraiva, N. L., Pereira, T. M. M., & Lopez, A. P. A. (2017). Imagens e sensações: o acesso à informação em acervos fotográficos. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 40(3), 261-271. doi: 10.17533/udea.rib.v40n3a06

Recibido: 2016-01-19 / **Aceptado:** 2016-06-20

Natália de Lima Saraiva

Mestranda em Ciência da Informação,
Universidade de Brasília (UnB).
Especialização em Gestão de Arquivos,
Universidade Federal de Santa Maria.
Bacharel em Arquivologia, UnB.
natalialimasaraiva@gmail.com

Tânia Maria de Moura Pereira

Doutoranda em Ciência da Informação,
Universidade de Brasília (UnB). Magíster
em Ciência da Informação, UnB. Especialista
em Gestão em Arquivos, Universidade
Federal de Santa Maria (UFSM). Bacharel
em Arquivologia, UnB.
taniamourafe@gmail.com

André Porto Ancona Lopez

Doctor en Historia Social, Universidad
de São Paulo (USP). Especialista en
Organización de Archivos. Magíster en
Historia Social. Licenciado en Historia.
Bacharel en Historia, USP. Docente
Universidade de Brasília.
apalopez@gmail.com
orcid.org/0000-0002-2823-1914

sensations and concepts arising from the images and the photographic documents are contradictory, and they vary according to people's life experience and that of societies. In addition, we understand that the right to access information is linked to citizens' rights in matters concerning a right to culture, memory and individual guarantees, and even in citizen-state relations. This reflection seeks to analyze some strategies to access information in photographic repertoires using images and photographs as a dissemination resource, from a perspective of understanding how marketing in archives can make this access possible. We use an exploratory study methodology in two institutions' portals that have photographic repertoires to identify systematization standards, transparency and dissemination of the information. The findings obtained are related to improving the dissemination and assessment of archives while approaching repertoires along with society. This also involves an expansion of citizens' access to information on the materialization of individual rights and guarantees, shielded by a society-state relation.

Keywords: Access to information, photographic repertoires, dissemination repertoires, marketing in archives at Archivo Nacional (Brazil). Instituto Moreira Salles.

Resumen

el artículo pretende discutir cómo se configura el acceso a la información, de modo activo, utilizando imágenes y fotografías existentes en acervos institucionales. Consideramos que las sensaciones y los conceptos emanados de las imágenes y de los documentos fotográficos son contradictorios y varían de acuerdo a la experiencia de vida de las personas y las sociedades. También entendemos que el derecho al acceso a la información está vinculado a los derechos de ciudadanía, en lo que se refiere al derecho a la cultura, a la memoria y las garantías individuales, y aun en el relacionamiento de los ciudadanos con el Estado. Esa reflexión busca analizar algunas estrategias de acceso a la información en acervos fotográficos, por medio de las imágenes y fotografías como recurso de difusión, y en la perspectiva de entender cómo el marketing en los archivos puede posibilitar ese acceso. Utilizamos la metodología del estudio exploratorio en portales acervos fotográficos de dos instituciones, para identificar padrones de sistematización, transparencia y difusión de la información. Los resultados obtenidos están relacionados al mejoramiento de la divulgación y valorización de los archivos en la aproximación de los acervos con la sociedad, lo que implica también la ampliación del acceso a la información al ciudadano y la concretización de los derechos y garantías individuales, resguardados por el relacionamiento con la sociedad y con el Estado.

Palabras clave: acceso a la información, acervo fotográfico, difusión de acervos, marketing en archivos Archivo Nacional (Brasil). Instituto Moreira Salles.

1. Introdução

O acesso à informação como direito fundamental é reconhecido internacionalmente e compreende, entre outros direitos, o acesso imediato à informação contida em documentos produzidos, acumulados ou custodiados por órgãos públicos, pessoa física ou entidade privada que tenham vínculos com o poder público, ainda que esses documentos tenham sido recolhidos a arquivos públicos. Para a concretização desse direito é imprescindível a orientação sobre como e onde obter as informações públicas.

No Brasil, a Lei 8.159 de 08 de janeiro de 1991 (Brasil, 1991) – a Lei dos Arquivos – preconiza que “é dever do poder público a gestão documental e a proteção especial a documentos de arquivos, como instrumento de apoio à administração, à cultura, ao desenvolvimento científico e como elementos de prova e informação”, assim, embora seja função típica dos arquivos públicos difundir e propiciar o acesso à informação, de modo a valorizar os documentos arquivísticos de caráter permanente, as instituições arquivísticas tem como atribuição principal a gestão e o recolhimento dos documentos públicos das diferentes esferas de atuação. Em decreto promulgado doze anos depois, a gestão prevista na Lei dos Arquivos foi normatizada (Brasil, 2003), porém com eficácia bastante duvidosa.

Independentemente de atenderem às necessidades administrativas os arquivos formam aquilo que Bellotto (2005) denomina “consciência histórica da administração”, que pode ser estendida para a comunidade se os arquivos souberem captar as potencialidades que o acervo oferece, neste cenário, a autora desafia os arquivos a enveredarem pelos caminhos da divulgação verdadeiramente popular, mas sem esquecer dos seus usuários recorrentes: os pesquisadores, ou mesmo cidadãos comuns.

Os arquivos fotográficos encontrados em acervos públicos, devido a suas peculiaridades, têm um duplo potencial de pesquisa. Podem ser analisados como fontes documentais produzidas a partir da intencio-

nalidade funcional e, também, como objetos matérias e culturais capazes de gerar conhecimento. Além dessa dupla potencialidade, outras possibilidades de pesquisa em fotografias como fonte de conhecimento podem sugerir, pois, como afirma Gombrich (1995) “se maravilhar é o primeiro passo no caminho da sabedoria, e quando deixamos de nos maravilhar, estamos em perigo de deixar de saber” (p. 27). Talvez seja essa a primeira sensação que a fotografia suscita quando admirada. E por isso, ela passa a ser insumo e diferencial nas ações de marketing nos arquivos.

Este artigo tem o propósito de discutir como se configura o acesso à informação com vistas a identificar padrões de sistematização, transparência e difusão da informação utilizando imagens e fotografias existentes em acervos institucionais.

2. Direito ao acesso à informação

O direito ao acesso à informação está atrelado aos direitos de cidadania no que se refere ao direito à cultura, à memória e as garantias individuais e, também no relacionamento dos cidadãos com o Estado. A efetivação desse direito é fundamental para a consolidação da democracia, à medida que fortalece a capacidade de participação dos indivíduos na tomada das decisões que os afeta.

O acesso à informação como direito universal é reconhecido por importantes organismos internacionais e a tendência é que se amplie o número de países que regulamentam este direito. No Brasil o importante marco legal ocorreu com a promulgação da Lei nº 12.527 de 18 de novembro de 2011 (Brasil, 2011) – a Lei de Acesso à Informação (LAI) –, que inova ao inserir no contexto da administração pública brasileira uma perspectiva diferenciada em relação à informação pública. A lei brasileira insere-se em um contexto regional mais amplo, tendo sido fruto de uma política do Banco Mundial dos anos 2000, conforme detalha Lima (2014). Aparte dos esforços para uma gestão mais efetiva da burocracia estatal, a LAI é pautada no conceito de cultura da transparência e acesso à informação, em oposição ao conceito de cultura do segredo, que eivado de excessiva preocupação com o uso da informação pela sociedade, parte do princípio de que a circulação de informações representa riscos.

Esta noção favorece a criação de obstáculos para que as informações sejam disponibilizadas. Talvez essa percepção se origine da falta de preparo para implementação da LAI no serviço público como um todo, sobretudo nas suas organizações.

Apesar disso, a LAI indica (art. 3º, II) os procedimentos destinados a assegurar o direito fundamental de acesso à informação, que devem ser executados em conformidade com os princípios básicos da administração pública e com a diretriz de divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações, estabelecendo o princípio norteador da transparência ativa. Na qual “é dever dos órgãos e entidades públicas promover, independentemente de requerimentos, a divulgação em local de fácil acesso, no âmbito de suas competências, de informações de interesse coletivo ou geral por eles produzidas ou custodiadas” (art. 8º).

Na prática, os órgãos públicos devem divulgar informações de interesse público, divididas em dois grupos de informações, o primeiro relacionado ao conteúdo institucional, com informações sobre: a) lista ou organograma identificando as autoridades que o compõem; b) informações sobre as funções do órgão; c) os endereços, telefones e horários de atendimento de todas as unidades. O outro grupo deve conter informações relativas ao conteúdo financeiro orçamentário, disponibilizando sobre: a) repasses de recursos feitos e recebidos pelo órgão; b) despesas; c) informações de licitações (realizadas e em andamento) com editais, resultados e contratos celebrados; d) dados sobre os programas, ações, projetos e obras de responsabilidade do órgão. Nestes devem estar detalhados a unidade responsável, as principais metas e, quando houver, resultados e indicadores de resultado e impacto.

O estabelecimento de políticas de acesso aos documentos de arquivo deve ser precedido por uma política de gestão de documentos, pois entende-se que entre o cumprimento dos preceitos da Lei de Acesso à Informação e os arquivos organizados há uma relação direta, visto que a organização dos documentos de arquivo é condição necessária para o cumprimento dessa lei. Pois, conforme Lopez (2017),

(...) como uma importante ferramenta, as leis de acesso e/ou transparência têm usos variados. Concedidas inicialmente para permitir um melhor controle sobre corrupção e usos indevidos da máquina pública, elas permitem o franqueamento de informações democraticamente e o empoderamento cidadão. A efetividade desses pontos é condicionada a ações sociais que ampliem a participação na esfera pública, que seja capaz de exigir e garantir a implementação de uma política pública de gestão documental das ações do estado, materializada em arquivos organizados e abertos. (s. p.)

A ausência de organização eficiente dos documentos e os aspectos legais são limitações ao acesso aos documentos de arquivo no Brasil. O primeiro refere-se à pouca importância atribuída aos procedimentos de gestão dos documentos de arquivo nas fases iniciais do ciclo de vida, o que resulta em corriqueiras situações de acúmulo desordenado de documentos. Os aspectos legais incluem a restrição de acesso devido ao caráter sigiloso das informações contidas nos documentos de arquivo.

3. Difusão e marketing da informação

As ações de difusão nas instituições de arquivo são importantes e visam levar aos usuários conhecidos ou potenciais a oportunidade de conhecer o acervo, além de valorizar, transmitir e também tornar acessíveis as informações contidas nos documentos. Nos arquivos públicos a difusão pode ser realizada tanto por meio de instrumentos de pesquisa e outras publicações, quanto por meio da promoção de eventos como exposições, palestras e visitas guiadas, que têm como público-alvo o cidadão. Neste sentido, a difusão se torna uma ferramenta relevante de aproximação do arquivo com a sociedade. Segundo Blaya Perez (2005) “o processo de difusão vem a ser a divulgação, o ato de tornar público, de dar a conhecer o acervo de um centro de documentação fotográfica assim como os serviços que este coloca à disposição dos seus usuários” (p. 9).

Uma das primeiras ações para conseguir compreender uma imagem, é conseguir reconhecê-la como uma forma de comunicação, entendendo o meio de divulgação e o contexto que foi veiculada. Assim, seria possível entender uma imagem como fruto de um meio social,

carregada da cultura de uma época em que fora produzida, e pertencente a um tempo e espaço capaz de apresentar um significado. E nessa perspectiva, a difusão nos arquivos tendo o marketing como meio de ação concretiza-se por meio da promoção de eventos como exposições, palestras e visitas guiadas e têm como público-alvo o cidadão.

Utiliza-se das bases do marketing para definir as ações, necessidades, desejos e interesses da instituição quanto à promoção, relações públicas e propagandas para atingir a sociedade poderia ser aplicado aos arquivos se considerarmos as diferentes formas de segmentar nossos usuários. Através de pesquisas e estudos, é possível estabelecer os perfis dos segmentos resultantes e estipular a forma de melhor satisfação de suas necessidades.

Após essa identificação dos perfis, identificar o público-alvo envolveria a avaliação da atratividade de cada segmento, ou seja, os acervos mais consultados por cada perfil. Com esses dados e características levantadas o posicionamento do marketing nos arquivos seria a capacidade de elaboração de instrumentos de pesquisa mais destinados, e específicos para cada perfil, dando mais visibilidade para o produto (o acervo) e despertando mais interesse nos clientes (os usuários).

Nessa perspectiva, ainda temos o chamariz do acervo, bastante apreciado pelas ações de marketing, que é a utilização de imagens representativas para divulgação do acervo. Imagens essas que podem ser elaboradas ou, se for um acervo que contenha fotografias, as próprias podem ser divulgadas como publicidade do acervo. E é a utilização dessas imagens em exposições, instrumentos de pesquisa ou campanhas publicitárias que emanam sensações e conceitos que variam de acordo com o contexto social e a experiência de vida das pessoas.

Na perspectiva interna dos arquivos seria interessante a convergência das estratégias de marketing com a utilização dos recursos da tecnologia da informação e comunicação para ampliar as possibilidades de divulgação, distribuição e acesso às informações. O marketing da informação, conforme Amaral (2004) “refere-se às organizações e aos sistemas envolvidos com os processos de gestão da informação relativos

às diversas etapas do ciclo da informação como a coleta, tratamento, disseminação e uso da informação” (pp. 59-60) o que na prática implica na adequação das estratégias de comunicação, de promoção dos serviços e produtos às necessidades informacionais dos usuários, clientes consumidores da informação. Essas estratégias podem ser potencializadas pelo uso das tecnologias de informação, pois:

Todos esses recursos avanços da tecnologia e das telecomunicações podem e devem ser utilizados na prática do marketing da informação. Nesse sentido, o relacionamento com o cliente pode ser realizado com destaque. A grande vantagem da comunicação a partir do advento da Internet, por exemplo, é utilizá-la como canal interativo e fazer uso de toda sua funcional potencialidade nessa dimensão, como via de comunicação nos dois sentidos, do provedor para o cliente e do cliente para o provedor. (Amaral, 2008, p. 38)

No caso das instituições detentoras de acervos fotográficos as concepções do marketing da informação não são diferentes e, embora reconhecidas e recomendadas, ainda resultam em aplicações limitadas e pouco consolidadas, talvez decorrentes das dificuldades estruturais das próprias instituições ou mesmo da pouca discussão teórica sobre o tema.

Assim, a difusão não se limita a proporcionar o acesso aos documentos, propiciando também ações de conhecer, de transmitir, de valorizar, e (ou) de tornar acessíveis as informações contidas no acervo aos cidadãos: usuários conhecidos ou potenciais.

4. Imagens e sensações

Os documentos fotográficos, mesmo nos arquivos, são valorizados socialmente pelo seu cunho artístico e testemunhal apesar de sua gênese relacionada às funções probatória e informativa. Neste trabalho o objeto empírico é o documento fotográfico de arquivo, que nas instituições públicas brasileiras é encontrado, geralmente, organizado como coleções devido à separação física dos suportes. Situações nas quais o tratamento técnico dos acervos fotográficos, mesmo tendo origem funcional, são descritos e analisados a partir do conteúdo das imagens em detrimento do contexto de produção e dos vínculos orgânicos desses documentos.

Neste caso, o registro de imagens está condicionado à intencionalidade de seu produtor, ou seja, os motivos que o levaram a produzir e acumular um arquivo. Tais motivos envolvem características como organicidade e impessoalidade para serem autênticos documentos arquivísticos. Porém, a análise das imagens fotográficas, não raro, desperta sensações que, para Japiassu e Marcondes (2008), é termo sinônimo de percepção, do latim *perceptivo*, ato de perceber, ação de formar mentalmente representações sobre objetos externos a partir dos dados sensoriais. Assim, a sensação seria a matéria da percepção. O que Silva (2016) considera haver no documento fotográfico “como artefato visual, tem se destacado como campo de representação de uma experiência imagética que ganha valor documental de verdade, na sociedade da imagem e da informação globalizada” (s. p.).

Essa relação de ambiguidade pode influenciar o tratamento dos documentos fotográficos que, para Lopez (2005), pode ser compreendido a partir da “dupla característica dos documentos imagéticos que são ao mesmo tempo um registro administrativo e uma expressão artística” (p. 74), o que explica, em parte, as intervenções ocorrerem com objetivo de resguardo da imagem e tentativa de preservação dos suportes com vistas ao acesso. No entanto, a falta de definição de políticas de gestão dos documentos arquivísticos nas organizações públicas favorece iniciativas isoladas de organização desses acervos fotográficos. Tais intervenções, embora bem-intencionadas, costumam ser direcionadas para a valorização das imagens como representativas da realidade e registros da memória institucional.

Quando são reconhecidos e tratadas como documentos de arquivo, isto é, aqueles produzidos em decorrência de funções e atividades de um sujeito acumulador, os documentos fotográficos estão ligados ao contexto e se diferenciam dos demais pelas características específicas dos documentos de arquivo. Entre elas, a organicidade, que é a qualidade segundo a qual os arquivos espelham a estrutura, as funções e as atividades da entidade produtora/acumuladora, em suas relações internas e externas. Para identificação dessas relações o autor indica que devem ser feitas as perguntas: quem produziu? Para que finalidade?

Essas relações não são evidentes, portanto, se supõe que a leitura de imagens suscita sensações e conceitos que remetem a aspectos contraditórios, envolvendo experiências pessoais e sociais. As imagens não registram os motivos de produção das fotografias, por isso Lopez (2005) ressalta que

(...) as características de registro de uma determinada forma de expressão sociocultural e de registro administrativo são indissociadas, porém a compreensão da primeira só é possível como uma atividade posterior à contextualização do documento dentro do contexto que levou a sua produção. (p. 74)

Feitas essas considerações partimos para as análises dos sites de duas instituições detentoras de acervos fotográficos: o Arquivo Nacional do Brasil (AN)¹ e o Instituto Moreira Sales (IMS),² sendo a primeira uma instituição arquivística pública e a segunda uma organização privada.

5. Metodologia

Considerando que, de acordo com Ludke (1986), “para se realizar uma pesquisa é preciso promover o confronto entre os dados, as evidências, as informações coletadas sobre determinado assunto e o conhecimento teórico acumulado a respeito dele” (p. 15), este artigo se utiliza da metodologia de estudo exploratório, por meio da verificação de sítios de internet de duas instituições que custodiam acervos fotográficos. Foram escolhidas amostras aleatórias para comparações entre as estratégias de acesso à informação voltadas para acervos fotográficos com o objetivo de entender como as estratégias de marketing nos arquivos – públicos ou privados – podem possibilitar o acesso. Essa escolha aleatória teve como parâmetro a busca de identificar diferenças entre as ações de difusão entre instituições geridas por diferentes critérios. A seleção da amostra para Strauss (1987) é um ponto básico, pois:

- 1 <http://arquivonacional.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl-home>
- 2 <http://www.ims.com.br/ims/>. Essa instituição congrega mais de meio milhão de fotografias de fotógrafos altamente representativos do patrimônio fotográfico brasileiro, com temáticas diversas e relevantes; ver Lopez & Madio (2014).

a representatividade é garantida por sua relevância. Os critérios de seleção não se baseiam nas técnicas usuais como amostragem aleatórias ou estratificação, mas pelos insights que se acredita que uma pessoa possa trazer para o desenvolvimento da teoria. (p. 38)

As comparações buscaram identificar padrões de sistematização acerca da disponibilização da informação contida nos acervos fotográficos, bem como alternativas de transparência e difusão, utilizando ferramentas de marketing, por meio da análise de documentos registrados em bancos de dados de duas instituições: Banco de dados Memórias Reveladas – do AN, e Banco de dados *Cumulus* do IMS. As análises foram conduzidas pelos seguintes questionamentos: a) a instituição faz uso das fotografias como publicidade? b) as fotografias aparecem organizadas de forma contextualizada, com produtor, origem, contexto de produção e vinculação hierárquica com outros documentos? c) sobre o que tratam as fotografias, informações como a data de produção e o fotógrafo estão disponíveis?

Conduzidos por essas indagações e considerando que as informações extraídas da análise dos bancos de dados das instituições serão entendidas como metadados retirados das análises realizadas. Sendo que os termos banco de dados e metadados são assim definidos: banco de dados é o ambiente computacional composto por: dados estruturados em bases relacionadas entre si, de acordo com um modelo de dados; e também por regras que definem as operações válidas sobre os dados e garantem sua integridade. E metadados são definidos pelo Conselho Nacional de Arquivos – CONARQ (2014) como dados estruturados que descrevem e permitem encontrar, gerenciar, compreender e/ou preservar documentos arquivísticos ao longo do tempo. Assim delimitamos as discussões aos fundamentos teóricos apresentados.

As análises em cada banco de dados foram feitas em quatro etapas: a primeira com uma pesquisa do termo “fotografia”; a segunda pela escolha aleatória de um registro recuperado; a terceira com a identificação dos metadados de descrição da fotografia; e a quarta pela visualização do documento fotográfico. Foram feitas cópias das telas em cada etapa para melhor detalhamento dos bancos de dados.

6. Exposição dos resultados

6.1. Banco de dados Memórias Reveladas do AN

Sistema estruturado de acordo com a Norma Brasileira de Descrição Arquivística (NOBRADE).³

1ª Etapa: pesquisar a palavra “fotografia” no buscador do banco de dados. O resultado apresentou 1330 registros (figura 1). Todos com a palavra “fotografia” como metadado de algum campo de descrição dos elementos (campos) descritivos da Nobrade.



Figura 1. Resultado da pesquisa AN: “fotografia”.

Fonte: <http://www.an.gov.br/mr/Seguranca/Principal.asp>
Acesso em 05/out/2015.

2ª Etapa: selecionar aleatoriamente um dos registros fotográficos para visualizar os metadados de descrição e tentar compreender o documento fotográfico dentro do seu contexto, o fundo⁴ ao qual pertence. Selecionada a

3 “[A] norma estabelece diretivas para a descrição no Brasil de documentos arquivísticos, compatíveis com as normas internacionais em vigor ISAD (G) e ISAAR (CPF), e tem em vista facilitar o acesso e o intercâmbio de informações em âmbito nacional e internacional. Embora voltada preferencialmente para a descrição de documentos em fase permanente, pode também ser aplicada à descrição em fases corrente e intermediária” (Conarq, 2006, p.10).

4 “Conjunto de documentos de uma mesma proveniência” (Conarq, 2006, p.15). Ou seja, “o conjunto de documentos de qualquer natureza reunidos automática e organicamente, criados e/ou acumulados e utilizados por uma pessoa física ou jurídica ou por uma família no exercício das suas atividades ou das suas funções” (Rousseau & Couture, 1988, p. 91).

fotografia Denise Goulart entre os palhaços Carequinha, George Savalla Gomes, e Fred Villar (figura 2).

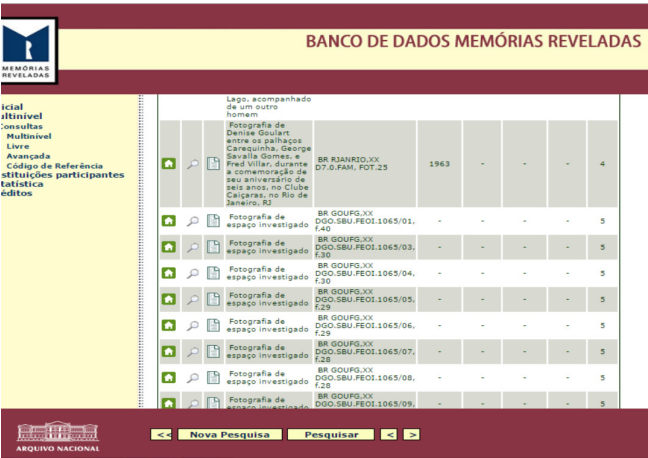


Figura 2. Seleção da fotografia AN.

Fonte: <http://www.an.gov.br/mr/Seguranca/Principal.asp>
Acesso em 05/out/2015.

3ª Etapa: identificar os metadados de descrição da fotografia. Os metadados de descrição da fotografia selecionada (figura 3) estão baseados nos elementos (campos) de descrição definidos pela Nobrade, porém a maioria está sem preenchimento, o que limita o acesso à informação.

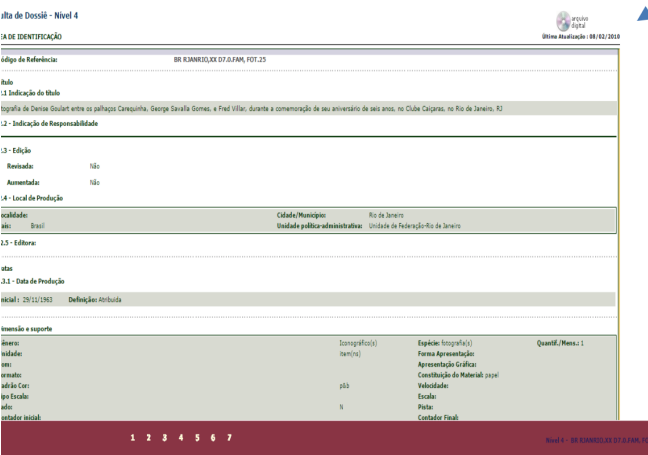


Figura 3. Metadados de descrição da fotografia de Denise Goulart.

Fonte: http://www.an.gov.br/mr/Multinivel/Exibe_Pesquisa.asp?v_CodReferencia_ID=38142 Acesso em 05/out/2015.

4ª Etapa: visualizar o documento fotográfico. Para acessar o documento fotográfico (figura 4) é necessário

[Imagens e sensações: o acesso à informação em acervos fotográficos]

fazer *download* do arquivo (em pdf) disponível no canto superior direito da página de descrição, ou melhor, após visualizar os metadados de descrição da fotografia o pesquisador pode ter acesso a fotografia digitalizada. Porém esta se esconde atrás de um ícone chamado “arquivo digital” (figura 3) que o pesquisador precisa localizar caso tenha interesse em visualizar a fotografia.



Figura 4. Resultado da pesquisa AN: “fotografia”.

Fonte: http://imagem.arquivonacional.gov.br/mr/arquivos/naorestrito/38142_1894.pdf Acesso em 05/out/2015.

6.2. Banco de Dados Cumulus do IMS

Sistema utilizado para disponibilização do acervo fotográfico. Está estruturado de acordo com alguns filtros de recuperação da informação: país; estado; e autoria.

1ª Etapa: pesquisar a palavra fotografia no buscador do banco de dados. O resultado apresentou 3491⁵ registros (figura 5). Todos utilizando a palavra “fotografia” como metadado.

2ª Etapa: selecionar aleatoriamente um dos registros fotográficos para visualizar os metadados de descrição e tentar compreender o documento fotográfico no seu contexto, o fundo ao qual pertence. Selecionada a fotografia A01F54p14 – o Presidente Juscelino Kubitschek e grupo de artistas (figura 6). Na relação apresentada não foi possível visualizar, de forma clara, o relacionamento da fotografia selecionada com outros documentos de um mesmo dossiê ou a indicação do fundo ao qual per-

tence, o que dificulta o estabelecimento das vinculações de origem, produtor e contexto.



Figura 5. Resultado da pesquisa IMS: “fotografia”.

Fonte: http://fotografia.ims.com.br/sites/#1444104432190_1 Acesso em 05/out/2015.

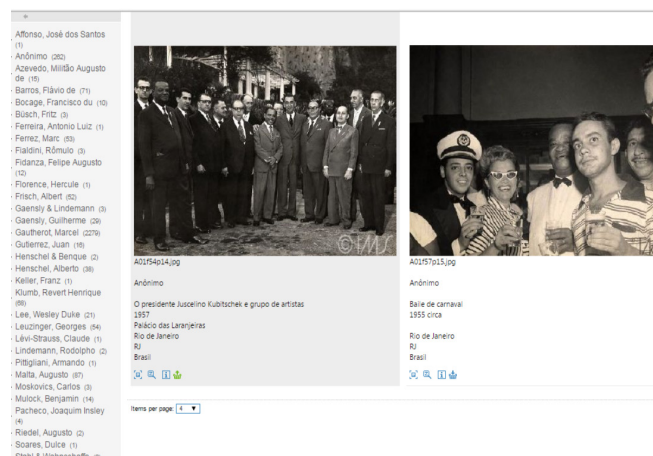


Figura 6. Seleção da fotografia IMFA01F54p14.

Fonte: http://fotografia.ims.com.br/sites/#1444183802488_19 Acesso em 05/out/2015.

3ª Etapa: analisar os metadados de descrição da fotografia. Os metadados de descrição da fotografia (figura 7) estão baseados nas especificidades do suporte, no conteúdo da imagem, e não nos vínculos do contexto de produção da fotografia. E os filtros utilizados na recuperação da informação (país, estado, autoria) apenas refletem a pouca informação e vinculação entre os documentos disponíveis.

4ª Etapa: visualizar o documento fotográfico. A divulgação do documento fotográfico (figura 8) como veículo público é uma ação bem promovida pelo IMS, que se utiliza do marketing proporcionado pela fotografia para promover o acesso ao acervo, mesmo este tendo poucas informações.

⁵ Consulta realizada em 05/out/2015.

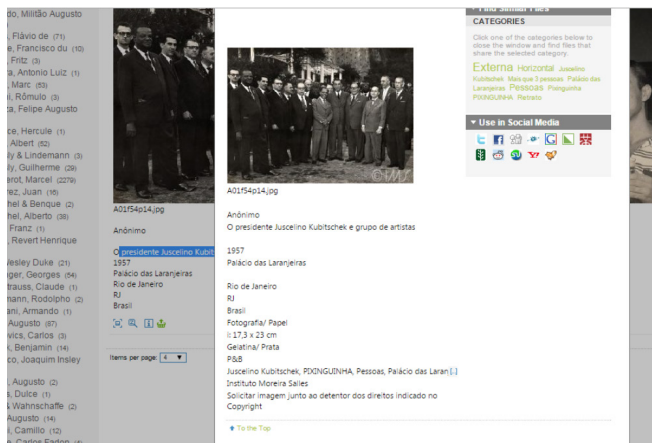


Figura 7. Metadados de descrição da fotografia IMFA-01F54p14.

Fonte: http://fotografia.ims.com.br/sites/#1444185308327_22
Acesso em 05/out/2015.



Figura 8. Fotografia IMFA01F54p14 o Presidente Juscelino Kubitschek e grupo de artistas.⁶

Fonte: http://fotografia.ims.com.br/sites/#1444185890153_27
Acesso em 05/out/2015.

7. Discussão e conclusões

O quadro abaixo busca sistematizar e resumir comparativamente as etapas desenvolvidas e os resultados atingidos.

⁶ http://fotografia.ims.com.br/sites/#1444185890153_27
Acesso em 18/out/2015.

Tabela 1. Resumo da análise.

RESUMO DA ANÁLISE	1) Análise do Banco de Dados Memórias Reveladas do AN	2) Análise do Banco de Dados Cumulus do IMS
1ª Etapa: pesquisar a palavra fotografia no buscador do banco de dados.	1330 registros	3491 registros
2ª Etapa: selecionar aleatoriamente um dos registros fotográficos para visualizar os metadados de descrição e tentar compreender o documento fotográfico dentro do seu contexto, o fundo ao qual pertence.	fotografia de Denise Goulart; - não foi possível visualizar no sistema, de forma clara, o relacionamento do dossiê com o fundo pertencente	fotografia IMF A01F54p14:(o Presidente Juscelino Kubitschek e grupo de artistas”): - não foi possível visualizar no sistema, de forma clara, o relacionamento do dossiê com o fundo pertencente
3ª Etapa: analisar os metadados de descrição da fotografia.	metadados baseados nos elementos (campos) da NOBRADE; campos sem preenchimento.	metadados baseados nas especificidades do suporte e no conteúdo da imagem; filtros utilizados na recuperação da informação (país, estado, autoria) refletem a pouca informação e não identifica vinculação entre os documentos disponibilizados.
4ª Etapa: visualizar o documento fotográfico como veículo publicitário	dificuldade de localização da fotografia; não utilização como veículo publicitário;	Uso do marketing proporcionado pela fotografia para promover o acesso ao acervo mesmo este tendo poucas informações.

Fonte: Elaboração própria.

Essa análise comparativa possibilita tecer alguns comentários sobre cada etapa do estudo. O primeiro é sobre o volume de documentos recuperados a partir do termo pesquisado nos bancos de dados. Entende-se que esse volume indica que o AN utiliza a fotografia em menor quantidade ao realizar divulgação de seu acervo.

Outro comentário diz respeito a seleção aleatória de uma fotografia que deveria manter o caráter arquivístico do documento fotográfico, pois este não pode ser desconsiderado, apesar de ser muito valorizado por seu valor artístico, estético e de representante da realidade. A dificuldade de localizar os vínculos orgânicos entre

os níveis de descrição causa estranheza, principalmente no Memórias Reveladas, pois a descrição de arquivos que não evidencia o fundo ao qual pertence os documentos dificulta a compreensão do contexto de criação e impede a fixação de sua identidade em relação ao produtor.

O terceiro comentário está relacionado a análise dos metadados de descrição da fotografia selecionada. A definição dos critérios de descrição padronizada de documentos arquivísticos visa “garantir descrições consistentes, apropriadas e auto-explicativas. A padronização da descrição, além de proporcionar maior qualidade ao trabalho técnico, contribui para a economia dos recursos aplicados e para a otimização das informações recuperadas” (p. 10) como preconiza a Nobrade (Conarq, 2006). No entanto, a ausência de informações causada pela falta de preenchimento dos campos dificulta o acesso e o intercâmbio de informações.

Sobre os metadados dos documentos do IMS refletem a pouca informação sobre a origem das fotografias, além de não demonstrar vinculações entre os documentos disponibilizados, o que sugere a formação de uma grande coleção de imagens desprovidas de contexto. Pois, partindo do princípio de que a indexação consiste no processo de atribuir termos ou códigos de indexação de modo a facilitar, posteriormente, a recuperação das informações, supõe-se que o retorno de registros não contextualizados talvez possa sugerir alto índice de revocação, que é a relação entre o número de documentos relevantes recuperados, sobre um determinado assunto, e o número de documentos registrados na base sobre este mesmo assunto. O que impacta na capacidade do sistema em oferecer referências relevantes.

E por último a visualização da fotografia para verificar seu uso institucional sob a perspectiva das ações de marketing em organizações detentoras de acervos fotográficos. A análise dos sítios das duas instituições escolhidas demonstra que a utilização dos documentos fotográficos como referencial possibilita a promoção do acesso aos acervos, o que secundariamente tem potencial de valorização dessas instituições junto à sociedade. Porém, nos lembra Lopez, (1999) que “o arquivo (especialmente o arquivo fotográfico – ou de imagens) também apresenta uma situação orgânica

entre a estética (ou seja, a valorização dos elementos formais) e a função (administrativa, geradora do documento)” (p. 54).

Assim, o desafio de aproximar a sociedade dos conteúdos informacionais de origem pública perpassa por aspectos como: tornar a instituição conhecida do público; mostrar as formas de acesso e ainda evidenciar os benefícios dos seus serviços e produtos; e manter esses serviços e produtos atraentes aos diferentes públicos. E cabe aos serviços de difusão cultural dos arquivos a definição de políticas de difusão que teriam duas vertentes de ação: uma que lança elementos de dentro do arquivo para fora, com o objetivo de atingir um campo de abrangência cada vez mais amplo, e outra que oferecer atrativos no recinto do arquivo, de modo a favorecer o retorno dessa mesma política.

8. Referencias

1. Amaral, S. (2004). *Marketing da informação na Internet: ações de promoção*. Campo Grande: UNIDERP.
2. Amaral, S. (2008). Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. *Informação & Sociedade* (18)1, 31-44. Disponível em <http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/1636/1637>
3. Bellotto, H. (2005). *Arquivos permanentes: tratamento documental*. 3ª ed. Rio de Janeiro: FGV.
4. Blaya Pérez, C. (2005). Difusão dos arquivos fotográficos. *Caderno de Arquivologia*, (2), 7-23.
5. Brasil. (1991, janeiro, 09). Lei n. 8.159, de 8 de janeiro de 1991. *Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências*. Diário Oficial da União (129)6, 455456. Disponível em <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=09/01/1991&jornal=1&pagina=3&totalArquivos=140>
6. Brasil. (2003, dezembro, 15) Decreto n. 4.915, de 12 de dezembro de 2003. *Dispõe sobre o Sistema de Gestão de Documentos de Arquivo – SIGA, da administração pública federal, e dá outras providências*. Diário Oficial da União (140)243, 2-3. Disponível em <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=15/12/2003&jornal=1&pagina=2&totalArquivos=140>

7. Brasil (2011, novembro, 18). Lei n.12.527, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei no 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Diário Oficial da União; 221A, 14. Disponível em <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=18/11/2011&jornal=1000&pagina=1&totalArquivos=12>
8. CONARQ. (2006). *NOBRADE: Norma brasileira de descrição arquivística*. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional. Disponível em http://www.conarq.arquivonacional.gov.br/images/publicacoes_textos/nobrade.pdf
9. CONARQ. (2014). *Câmara Técnica de Documentos Eletrônicos. Glossário: documentos arquivísticos digitais*. 6ª versão. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional. Disponível em http://www.conarq.gov.br/images/ctde/Glossario/2014ctdeglossario_v6_public.pdf
10. Gombrich, E. (1995). *Historia del arte*. Barcelona: Garriga.
11. Japiassu, H. & Marcondes, D. (2008). *Dicionário básico de filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
12. Lima, M. (2014). O estatuto teórico epistemológico do direito à informação no contemporâneo: das dimensões aos limites. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação* 7(1). Disponível em <http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/140/181>
13. Lopez, A. (1999). Documentos imagéticos de arquivo: uma tentativa de utilização de alguns conceitos de Panofsky. *Sinopses*, (31), 49-55.
14. Lopez, A. (2005). Utilização de documentos imagéticos na pesquisa em História. Em A. Morelli (Ed.). *Introdução ao estudo da História* (pp. 71-78). Maringá: EDUEM.
15. Lopez (2017, prelo). O acesso à informação e a formação de especialistas na América Latina: a necessidade de integração desde, e para, o Sul. *Res-Publica, Revista Lusófona de Ciência Política e Relações Internacionais*.
16. Lopez, A. & Madio, T. (2014). Colecciones y fondos fotográficos de Brasil: un pequeño mosaico. Em M. Olivera Zaldua & A. Salvador Benítez (Eds.), *Del Artefacto Mágico al Píxel: estudios de Fotografía* (pp. 39-54). Madrid: FADOC-UCM, 39-54. Disponível em <https://goo.gl/EIgSwT>
17. Ludke, M. (1986). *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo, EPU.
18. Rousseau, J-Y & Couture, C. (1998). *Os fundamentos da disciplina Arquivística*. Lisboa: Dom Quixote.
19. Silva, S. (2016). Fotografia, representação e cultura visual sobre a América Latina: Sebastião Salgado, Pierre Verger, Cartier-Bresson e Manuel Álvarez Bravo. *Revista Photo & Documento* (2). Disponível em <http://gpaf.info/photoarch/index.php?journal=phd&page=article&op=view&path%5B%5D=34&path%5B%5D=77>
20. Strauss, A. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientist*. Cambridge: Cambridge University Press.