

Seminário FESPSP 2017 - Incertezas do trabalho
02 a 05 de outubro de 2017
GT 7: Informação e ambientes digitais: organização e acesso

Práticas Recomendáveis para Implantação de Banco de Imagens Corporativo
Eficaz

Juliana Maria da Costa ¹

Prof. Ms. Charley Luz ²

RESUMO

Atualmente todas as organizações se utilizam de imagens como recurso em seus meios de comunicação, seja como parte de seus produtos (publicações impressas ou digitais), para peças de marketing ou para a memória corporativa. A recuperação de imagens é muito importante para otimizar o tempo de processo de produção desses materiais, mas os prazos exíguos da liberação dos mesmos e a ausência da informação correta prejudica a eficácia de toda a cadeia desse processo, causando prejuízos financeiros e até mesmo jurídicos. O objetivo deste artigo é apresentar à comunidade interessada, um guia com sugestões de boas práticas para a gestão de imagens, a fim de que as empresas possam aprimorar seus processos minimizando essas perdas. As sugestões foram levantadas durante os anos de experiência de uma das autoras, bem como entrevistas com outros profissionais de comunicação e especialmente fundamentadas através de artigos acadêmicos, confirmando na teoria, elementos que na prática já haviam sido demonstrados como essenciais para a boa gestão das informações.

Palavras-chave: Gestão de processos. Boas práticas. Imagem digital.

¹ Especialista em Gestão da Informação Digital pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo – FESPSP. E-mail: julianamcosta@gmail.com

² Mestre em Ciência da Informação ECA-USP, professor dos cursos de Gestão da Informação Digital e Gestão Arquivística da FESPSP. E-mail: charleyluz@gmail.com

ABSTRACT

Today all organizations use images as a resource in their media, either as part of their products (printed or digital publications), for marketing pieces or for corporate memory. The recovery of images is very important to optimize the time of production process of these materials, but the tight deadlines for releasing them and the absence of correct information prejudice effectiveness of the whole chain of this process, causing financial and even legal damages. The objective of this project is to present to the interested community a guide with suggestions of best practices for the management of images, in order that companies can improve their processes minimizing these losses. The suggestions were raised during the author's years of experience, as well as interviews with other communication professionals and especially based on the academic articles cited in this project, confirming in theory, elements that in practice had already been demonstrated as essential for the best management of information.

Keywords: Business process management. Best practices. Digital image.

1. INTRODUÇÃO

Numa sociedade em que dados estruturados e analisados geram vantagem competitiva entre as organizações, deter o conhecimento gerado por esses dados é “empoderador”. Esta realidade se aplica a todos os segmentos de empresas e não é diferente nas que integram a área de Comunicação (editoras, agências de publicidade, empresas digitais, veículos de comunicação, produtoras de conteúdo, Internet, etc.).

Neste segmento, devido à interdependência dos departamentos, como, por exemplo, Atendimento, Arte, Planejamento, Texto e Produção, um estudo detalhado de prazos se torna elemento essencial, que nem sempre é cumprido, comprometendo toda a cadeia de atividades para a entrega da demanda. Os

colaboradores envolvidos nesses trabalhos acabam por negligenciar algumas etapas importantes do processo, para que se cumpram os prazos na execução do serviço.

Existem várias fragilidades que permeiam todo o processo de comunicação, mas a que vamos abordar pontualmente neste artigo são os cuidados relativos às imagens utilizadas nas publicações. Devido aos prazos sempre imediatos, por exemplo, é muito comum que as imagens sejam publicadas de maneira incorreta. Ou seja, podem ser obtidas na Internet, por exemplo, sem nenhuma informação sobre sua autoria ou se a veiculação é permitida para aquele tipo de meio.

Outras vezes, as imagens estão salvas sem qualquer tipo de critério na rede interna da empresa ou no *desktop* dos colaboradores, o que também pode implicar uso indevido. Normalmente, isso ocorre pois não existe padrão de armazenamento e comunicação entre os departamentos; a informação não flui corretamente entre as áreas, deixando tanto o processo quanto as imagens vulneráveis.

No ritmo de trabalho das empresas de comunicação, o modelo de armazenamento de dados e informações nem sempre é de fácil acesso a todos os colaboradores da empresa. Pela própria cultura arcaica e devido à dificuldade de mudança de hábitos, o comportamento (equivocado) de aprisionar uma informação traz a falsa sensação de poder, de que somente quem a possuir se tornará um colaborador indispensável. Por estes e outros motivos, ao invés de compartilhar as informações, algumas pessoas ainda se esforçam para controlá-las.

Os riscos que podemos observar em uma análise inicial vão desde prejuízos gráficos, até ao uso de imagem sem autorização do autor ou da pessoa retratada, causando transtornos jurídicos para a empresa e violação de direitos autorais.

Se a gestão da informação estiver contemplada no processo da organização e for cumprida nas etapas adequadas, as falhas e os riscos de uso inadequado das imagens serão reduzidos, tornando o processo ainda mais eficiente.

2. O PROBLEMA

Davenport, em 2001, já mencionava que os ambientes informacionais, na maioria das empresas, são um desastre, e nas empresas de comunicação não seria diferente.

Muitas empresas ainda não contam com uma equipe destacada para monitorar o fluxo de suas informações, e menos ainda para cuidar exclusivamente

das imagens. Nesses casos, o colaborador, que recebe inicialmente o arquivo sugerido para publicação, devido às suas outras atribuições, dificilmente está capacitado para exigir do remetente da imagem critérios mínimos de qualidade do arquivo, bem como de qualidade de dados.

Não é raro receberem arquivos com baixa qualidade gráfica, sob a alegação de que é somente para marcação de leiaute, mas cuja imagem acaba por acompanhá-lo até a finalização, o que pode resultar no comprometimento da sua dimensão (da imagem) e da qualidade da publicação impressa. Porém, o mais comum é a carência de dados sobre a imagem, já que dificilmente a equipe (analista de atendimento, *designer*, arte-finalista, diagramador, redator, produtor, revisor) recebe uma imagem com os metadados mínimos necessários para publicação.

A eficácia dessa etapa do processo depende muito dos conhecimentos do profissional que estiver produzindo este material. Caso o colaborador não esteja atento, ou se não tiver iniciativa de procurar a informação faltante, pode deixar passar dados importantíssimos, comprometendo a legalidade da publicação.

Independentemente do conteúdo retratado, toda e qualquer imagem terá sempre os direitos autorais do fotógrafo garantidos. Consta na lei 9.610/98 (BRASIL, 1998) que o fotógrafo até pode vender ou ceder seus direitos patrimoniais sobre o trabalho, abrindo mão dos futuros lucros envolvidos na obra. Mas nunca poderá renunciar ao direito moral, o que garante a exposição de sua autoria, obrigando assim a constar seu nome sempre que qualquer imagem que registrou for publicada.

Além disso, imagens que apresentarem pessoas ou partes de corpos sempre estarão protegidas pelo artigo 20 da lei 10.406/2002 (BRASIL, 2002). Mesmo que não haja um contrato, a pessoa retratada precisa de alguma maneira autorizar a veiculação de sua imagem, seja ela divulgada em qualquer tipo de mídia. Caso contrário, a empresa estará vulnerável, correndo inúmeros riscos de sofrer com ações judiciais.

Há casos em que agências de modelos, periodicamente, realizam pesquisas nos veículos de seus clientes, para checar se imagens de suas modelos estão sendo veiculadas fora do prazo de contrato ou em mídias inadequadas, gerando processos judiciais e multas ao cliente.

Outra situação comum é a publicação de dados incorretos. O colaborador recebe o arquivo, anota os dados sem muita atenção e a conferência é feita superficialmente antes de publicar.

Algumas organizações até possuem sistemas internos para a gestão desses ativos digitais e chegam a investir em capacitação, mas sempre haverá um colaborador que não esteve atento ao treinamento e conseqüentemente não sabe realizar uma pesquisa de qualidade no sistema. Devido aos prazos estrangulados, escolhe a opção mais rápida: publicar sem conferir ou sem solicitar ajuda especializada.

As dificuldades de pesquisas relatadas pelos usuários vão desde a clássica alegação de que o objeto de pesquisa é muito urgente e que recorrer à equipe de imagens traz o resultado preciso e com mais rapidez; até mesmo de que tiveram dúvidas sobre quais metadados deveriam ser preenchidos para recuperar a informação desejada.

Dificuldades técnicas também são relatadas, como falta de conhecimento ou de paciência para aprender a lidar com sistemas informacionais; dificuldades para cadastrar uma senha de acesso; ou mesmo incompatibilidade do *software* com o equipamento utilizado pelo usuário.

Nas empresas que possuem equipe dedicada às imagens, o investimento e a dedicação na capacitação dos demais usuários devem ser constantes, para que estes colaboradores tenham liberdade em suas pesquisas e não fiquem dependentes exclusivamente da equipe de imagens.

3. O QUE DIZEM OS PESQUISADORES A ESSE RESPEITO

A má comunicação, ou a falta dela, tem sido objeto de estudo há bastante tempo. Starec (2012) nos diz que nos comunicamos o tempo todo, mas, dependendo da maneira como a mensagem é transmitida, não será eficaz ou clara o suficiente para ser absorvida e, com isso, gerar alguma ação. Já Carvalho e Tavares (2001) complementam esta teoria nos dizendo que, se o receptor da mensagem não estiver minimamente contextualizado sobre o assunto, não tiver um repertório prévio, a mensagem passará despercebida por este indivíduo.

Tendemos a considerar que informação é um coletivo de dados. Não é. Um conjunto de dados somente irá construir uma informação se, para o indivíduo que o recebe, possuir algum significado, o qual é determinado pelo próprio contexto em que aquela pessoa se insere. Se determinados dados não possuírem significado algum para o mesmo, simplesmente são desprezados. (CARVALHO; TAVARES, 2001).

Por isso, é tão importante que a organização se esforce para ser transparente com suas informações entre os funcionários. O colaborador necessita saber com clareza o que precisa ser feito; qual o objetivo da tarefa; qual o prazo real para o cumprimento da demanda, para que ela seja realizada com maior empenho, êxito e sem necessidade de refeição. O fluxo informacional deve ser muito claro, compreendido e utilizado por todos os colaboradores da empresa, evitando que haja dúvidas sobre o processo.

No ambiente corporativo, os gestores valorizam essencialmente o uso de tecnologias de comunicação e informação (TIC) como elemento relevante para conquistar a vantagem competitiva. Apesar disso, na academia, a gestão da informação (GI) é bem mais valorizada e discutida, justamente por acompanhar pesquisas científicas que comprovam a melhor eficácia nos resultados obtidos, por meio de boas iniciativas de gestão da informação.

Um estudo realizado nos Estados Unidos com 23 mil funcionários de empresas variadas, publicado no mesmo artigo de Starec (2012), já citado anteriormente, nos mostra algumas estatísticas sobre este cenário:

1. Apenas 37% dos empregados disseram entender claramente o que sua organização está tentando atingir e por quê.
2. Apenas 1 em cada 5 estava entusiasmado com as metas de sua equipe e de sua organização, pois tinha uma visão clara sobre suas metas e as da empresa.
3. Apenas 13% deles diziam ter relações de grande confiança e intensa colaboração entre os departamentos.
4. Apenas 17% sentiam que suas organizações promoviam comunicações diretas, objetivas, transparentes e abriam espaço para o diálogo.
5. Apenas 20% dos funcionários confiavam plenamente na organização em que trabalhavam. (STAREC, 2012, p. 46).

Mesmo esta pesquisa tendo sido realizada em outro país, sabemos que este cenário se aplica ao Brasil e, também, às organizações de comunicação de um modo geral. Se o colaborador não sabe as metas da organização nem onde precisa chegar, não saberá qual o melhor trajeto a ser percorrido para alcançar tal objetivo.

A informação que circula pela organização, segundo Ruggiero (2002), só será de qualidade se seguir as seguintes premissas:

1. Prioridade à comunicação: qualidade e *timing* da comunicação, assegurando sintonia da energia e recursos de todos com os objetivos maiores da empresa.

2. Abertura da alta direção: disposição da cúpula de abrir informações essenciais, garantindo insumos básicos a todos os colaboradores.
3. Processo de busca: proatividade de cada colaborador em buscar as informações que precisa para realizar bem o seu trabalho.
4. Autenticidade: verdade acima de tudo, ausência de “jogos de faz de conta” e autenticidade no relacionamento entre os colaboradores, assegurando eficácia da comunicação e do trabalho em times.
5. Foco em aprendizagem: garantia de efetiva aprendizagem do que é comunicado, otimizando o processo de comunicação.
6. Individualização: consideração às diferenças individuais (evitando estereótipos e generalizações), assegurando melhor sintonia e qualidade de relacionamento na empresa.
7. Competências de base: desenvolvimento de competências básicas em comunicação (ouvir, expressão oral e escrita, habilidades interpessoais), assegurando qualidade das relações internas.
8. Velocidade: rapidez na comunicação dentro da empresa, potencializando sua qualidade e nível de contribuição aos objetivos maiores.
9. Adequação tecnológica: equilíbrio entre tecnologia e alto contato humano, assegurando evolução da qualidade da comunicação e potencializando a força do grupo. (RUGGIERO, 2002, p. 1).

Já Santos e Beraquet (2001) apontam que, para otimizar a gestão da informação, faz-se necessário que as empresas, além das ações de construção de bancos de dados, de sistemas de codificação, de indexação de arquivos, linguagem de acesso, reúnam aptidões para:

1. Selecionar, avaliar, formalizar e validar a informação.
2. Estabelecer regras e práticas comuns.
3. Estabelecer referências, implantar ferramentas que democratizem a informação.
4. Assegurar-se de que as referências estão sendo compartilhadas por quem de direito.
5. Criar ferramentas de orientação, de *links* entre os diferentes documentos.
6. Definir regras de circulação e de prioridades de acesso à informação. (SANTOS; BERAQUET, 2001, p. 1).

Claudio Starec (2012), jornalista e doutor em Ciência da Informação, relata sete pecados informacionais que prejudicam diretamente o fluxo que a informação percorre dentro de uma organização.

1. Avareza: é o hábito de um setor, departamento ou colaborador, de acumular e reter informação, sem compartilhar ou torná-la acessível a outros colaboradores. Os *czares informacionais* são aqueles que chegam a sonegar a informação com a ideia de se manter no poder.
2. Gula: é o excesso de informação acumulada, estruturada ou não, o que dificulta a recuperação relevante de dados, gerando o caos informacional.
3. Ira: é o descontentamento e a indignação gerados pela dificuldade de encontrar uma informação adequada em tempo hábil. Dados duplicados, truncados, errados ou desatualizados, disponíveis aos colaboradores, geram retrabalho e não geram a informação desejada.
4. Inveja: está relacionada a problemas da ética informacional e também à grande variedade de sistemas independentes e individualizados dentro das organizações. Quando, na verdade, o ideal seria um sistema único centralizando todas as informações, evitando inclusive a repetição de dados ou de metadados. Por vezes, esta postura da organização só é mantida por certa vaidade em não se desfazer de alguns sistemas informacionais.
5. Luxúria: está ligada à vaidade e se dá quando a informação não é transmitida de forma límpida e clara. Quando há falta de transparência no processo de comunicação interna da empresa, os ruídos são inevitáveis, ocasionando erros, por vezes, irreversíveis.
6. Preguiça: está diretamente ligada ao *timing* da informação. Com a agilidade com que as informações se modificam hoje em dia, se um funcionário não atualizar rapidamente uma informação na base de dados da empresa e alguém utilizá-la desatualizada, pode incorrer em falhas gravíssimas. A obsolescência da informação é um dos fatores críticos para se evitar os prejuízos nas organizações.

A demora para a tomada de decisões sobre o preenchimento de metadados, por exemplo, pode causar o cadastro incompleto ou incorreto de informações nas plataformas de pesquisa, fragilizando a qualidade dos dados e gerando *backlogs* de cadastro.
7. Soberba: infelizmente não é raro as organizações não darem importância a informações “informais”, e valorizarem apenas as informações “formais”, somente porque alguns líderes a detêm. Aqui fica nítida a presunção, a arrogância e o orgulho dos gestores em priorizarem informações geradas por eles e não pelas informações geradas por colaboradores.

E, mesmo que todos os itens levantados pelos autores aqui citados sejam cumpridos dentro de uma organização, se não houver gestão de processo bem alinhada à estratégia de negócios da empresa e com o foco no cliente, de nada vai adiantar.

Segundo a Association of Business Process Management Professionals - ABPMP (2013), “processo é uma agregação de atividades e comportamentos executados por humanos ou máquinas para alcançar um ou mais resultados”. Os processos podem ser divididos entre primários, de suporte e de gerenciamento.

Um Banco de Imagens dentro de uma empresa de Comunicação nem sempre é uma atividade fim que entrega ou comercializa um produto final ao cliente. Em grande parte delas, a área faz parte da cadeia de atividades, dando suporte às publicações entregues. Ou seja, dentro do fluxo de trabalho, o processo de imagens está inserido no processo primário.

Se, na gestão de processos primários, já estiverem contempladas as políticas de gestão da informação; e se, dentro deste fluxo, as ações forem executadas nas etapas adequadas, os riscos de existirem falhas por falta de conhecimento e as desculpas para que a organização não alcance seus objetivos estratégicos e mercadológicos serão reduzidos.

4. BOAS PRÁTICAS EM BANCOS DE IMAGENS

É uma tendência entre as empresas produtoras de conteúdo a criação de um departamento ou uma área, de pequeno ou grande portes, dedicado aos cuidados com as imagens. Neste tipo de ambiente, a postura informacional relatada anteriormente também é observada, e é por isso que, neste capítulo, vamos falar sobre as boas práticas que podemos adotar em um Banco de Imagens corporativo.

Essas práticas, quando adotadas e bem aplicadas, podem mitigar as possíveis falhas de qualidade das imagens publicadas, bem como os riscos de imagens serem divulgadas sem autorização ou fora de validade. Além dessas práticas, vamos mencionar as possíveis responsabilidades e os requisitos mínimos necessários para a criação e o bom funcionamento de um Banco de Imagens.

Existem duas premissas essenciais que devemos adotar no Banco de Imagens: a qualidade de dados e o foco no usuário.

Há uma expressão usada na Tecnologia da Informação chamada GIGO

(*Garbage In, Garbage Out*), cujo significado é que, se o sistema foi alimentado com lixo, os resultados obtidos nas buscas sempre serão lixo.

Ou seja, quanto mais consistente e precisa for a informação, tanto no *input* dos dados quanto nas pesquisas, maior será a qualidade do resultado das buscas, otimizando diretamente o trabalho dos usuários.

E no momento em que o gestor ou o analista se coloca no lugar do usuário, identificando qual linguagem ele utiliza para realizar suas buscas, por exemplo, fica mais fácil atender às necessidades do cliente e lhe oferecer uma solução. Grandes empresas, como o Google, conduzem seus esforços e pesquisas sempre nessa direção, visando facilitar a vida do usuário com a diminuição do número de cliques para que ele encontre o resultado desejado.

Se estes princípios forem fielmente seguidos, dificilmente haverá problemas relativos a imagens.

4.1 Responsabilidades

O Banco de Imagens é responsável pela preservação e integridade dos arquivos e das informações sobre as imagens geradas pela organização, entre outros objetos que forem pertinentes aos produtos da empresa. Em algumas organizações, a responsabilidade sobre a segurança de acessos fica completamente a cargo da equipe de Tecnologia da Informação, conforme o modelo de processos adotado. Porém, em empresas de menor porte, essa atribuição dos acessos também pode ficar sob a responsabilidade da equipe de imagens.

Além de cuidar do acervo físico, alimentar e manter o acervo digital, a equipe de imagens deve, ainda, definir os grupos de usuários com acesso restrito ou privilegiado; ter o controle das senhas de acesso à plataforma; e gerir os termos de responsabilidade desses usuários, para que se comprometam com a utilização consciente desses recursos. Também deve observar as licenças de uso de imagens e os direitos autorais, para não correr riscos jurídicos. Tudo isso simultaneamente ao monitoramento da plataforma, para saber se está atendendo às necessidades da maioria dos usuários e para receber as suas sugestões. Essas ações têm o intuito de garantir a integridade dos arquivos físicos e digitais gerados por outras equipes, mídias diversas, publicações raras, *books*, etc.

Abaixo seguem alguns exemplos de tarefas pertinentes à equipe de imagens, agrupadas por pilares:

4.1.1 Acervo físico

- a. Manutenção e conservação do acervo físico de revistas, livros, contratos e publicações impressas de outras naturezas.
- b. Organização do acervo de mídias (CDs, DVDs, *pen drives*, fitas LTO, HDs, etc.), que contenham os materiais produzidos pela organização.
- c. Checar se as informações estão completas (conforme padrão preestabelecido), nas identificações das mídias.

4.1.2 Acervo digital

- a. Administração das ferramentas de busca de imagens em conjunto com o cliente e o fornecedor de tecnologia.
- b. Intermediar o contato entre os usuários do sistema com o suporte do fornecedor, para filtrar as dúvidas e falhas que serão a eles direcionadas.
- c. Submissão (*Upload*) de imagens em sistema.
- d. Monitoramento dos *uploads* realizados por todos os usuários, em todas as telas de submissão de ativos.
- e. Sempre que necessário, sugerir novos metadados, mais adequados aos usuários e ao cenário das publicações da organização.
- f. Acompanhamento estatístico diário das inconsistências no sistema.

4.1.3 Processos do banco de imagens

Segundo a bibliotecária Alini Almeida (informação pessoal)³, especialista em ativos digitais em uma empresa produtora de conteúdo multiplataforma:

Mais importante que o volume de imagens, para estabelecer o fluxo de trabalho, é necessário entender todo o processo de produção e criação aos quais tais conteúdos estão vinculados; e identificar a origem e o perfil das imagens, para definir o que precisa ser feito e os métodos de controle. Só a partir do contexto é possível definir o fluxo e as ferramentas de apoio automatizadas ou não. (ALMEIDA, 2015, p. 1).

Esta afirmação corrobora com as recomendações propostas neste trabalho, mencionadas a seguir:

³ ALMEIDA, A., **Depoimento sobre processos envolvendo imagens**. Mensagem recebida por julianamcosta@gmail em 21 nov. 2015.

- a. Analisar todo o processo em que a área está inserida e avaliar as etapas importantes, definindo a melhor sequência entre elas e desenhando, assim, o fluxo de trabalho.
- b. Definir características técnicas e metadados mínimos, exigidos nos *uploads*;
- c. Produzir políticas de gestão da informação.
- d. Classificar e categorizar os documentos disponíveis na rede aos usuários, para facilitar sua revocação.
- e. Avaliar a estrutura das publicações e o perfil dos usuários periodicamente, para ajustar o fluxograma de armazenamento de maneira que a pesquisa seja intuitiva e os usuários se sintam confortáveis em suas buscas.
- f. Acompanhar a legislação e os casos na justiça sobre licenças de uso de imagem e direitos autorais, como ação preventiva, para que tanto a organização quanto o cliente não se tornem juridicamente vulneráveis.
- g. Produzir e emitir relatórios com o histórico de indicadores, para medir o desempenho das ferramentas.
- h. Definir, em conjunto com outros gestores, quais indicadores são indispensáveis para o monitoramento das atividades.
- i. Manter atualizada uma listagem de contatos relevantes (*mailing*) de outros bancos de imagens, que sejam parceiros da organização, tornando-a acessível a todos os colaboradores para que, na ausência de um deles, a informação não fique represada.

Para compor a equipe de um Banco de Imagens não há formação única exigida, já que a área de Ciência da Informação é ampla, englobando Arquivologia, Biblioteconomia, Museologia e Gestão da Informação. Todas elas podem ser somadas ou completadas, conforme o tipo de acervo, e também podem variar conforme o tipo de usuário atendido nessa área. Neste caso, como estamos tratando de empresas de comunicação, podemos ter também na equipe profissionais de Produção Editorial, Jornalismo ou mesmo Relações Públicas.

Dependendo da estrutura da organização, é recomendável a criação de um Comitê de Gestão da Informação (CGI), composto por pelo menos um membro de cada equipe, de modo que todos interajam de alguma maneira em relação ao Banco de Imagens, principalmente a equipe de Tecnologia da Informação (TI).

Sobre as características que o profissional precisa ter para o bom funcionamento da área de informação, Marta Valentim traduziu e citou em seu artigo de 2002 “Formação: Competências e habilidades do profissional da informação”, as características que foram discutidas e levantadas durante o IV Encuentro de Directores y III de Docentes de Escuelas de Bibliotecologia y Ciencia de la Informacion del Mercosul, em 2000.

Nesta tradução, ela relaciona 43 competências necessárias para o bom desenvolvimento das atividades que envolvem um centro de informação, separadas em quatro grandes grupos.

Competências de Comunicação e Expressão: Trata-se das práticas que dão suporte e facilitam a comunicação entre a gestão e os usuários, tornando públicas e claras todas as regras do centro de documentação. Por exemplo: elaborar produtos de informação, tais como bibliografias, catálogos, guias, índices, disseminação seletiva da informação (DSI), estudos e capacitação de usuários, de modo que saibam usá-los corretamente e possam multiplicar seus conhecimentos.

Competências Técnico-Científicas: São as habilidades práticas, essenciais para o dia a dia dos profissionais dos centros de informação, como, por exemplo, processamento técnico. Incluem a necessidade de conhecimento de variados suportes e a capacidade de avaliação e valoração dos objetos a serem tratados por esse centro de informação, além de apoio na constituição de políticas de acervo.

Competências Gerenciais: Referem-se às aptidões mínimas necessárias para a liderança dessa área. O gestor precisa ter todos os conhecimentos exigidos para a equipe de colaboradores, para saber delegar e ordenar a execução da tarefa com qualidade. Além disso, ele também precisa ter a capacidade de orquestrar a equipe, bem como os sistemas e serviços de informação.

Competências Sociais e Políticas: Trata-se das competências necessárias para que tanto a equipe quanto a gestão estejam sempre engajadas com as questões acadêmicas e científicas, participando na criação de políticas de informação e favorecendo a ocorrência de atitudes analíticas sobre os problemas relativos às informações, sempre propondo soluções criativas.

Essas competências valem para todos os tipos de centro de informação, mas para melhorar a qualidade do serviço ofertado, especialmente no caso do

Banco de Imagens, poderíamos acrescentar ainda os seguintes itens à relação de características mencionadas anteriormente:

- a. Simpatia e paciência são diferenciais na comunicação com o usuário, que pode ter vários níveis de habilidade e compreensão do processo.
- b. Envolvimento com ao menos um membro de cada departamento que tenha algum tipo de relação com o banco, com o intuito de torná-lo um multiplicador de conhecimento dentro da área.
- c. Habilidade para interpretar pedidos de demanda com informações incompletas.
- d. Flexibilidade para adaptar as regras do Banco de Imagens ao cenário da empresa, focando sempre na facilidade do usuário, que é o cliente deste serviço.
- e. Maleabilidade para ajustes no fluxo do processo, considerando a possibilidade de mudar a ordem das etapas ou mesmo de saltá-los;
- f. Conhecimento em tecnologia e atualização constante em ferramentas de busca.
- g. E, por fim, o mais importante é o diálogo, um alinhamento e união da gestão com a equipe, para que todos falem a mesma linguagem e a informação flua de maneira transparente entre todos.

5. PROCESSO DE GERENCIAMENTO DA INFORMAÇÃO

Como já dito anteriormente, a gestão de processos tem o objetivo de alcançar a visão sistêmica da organização, otimizando recursos com o uso de ferramentas padronizadas internacionalmente para o desenho, o controle e o aperfeiçoamento desse sistema de fluxo de trabalho. Para tanto, é fundamental que, em toda a cadeia produtiva do processo, sejam muito bem definidas as responsabilidades de cada colaborador em todas as etapas.

Outro objetivo da gestão de processos é tornar visível as melhorias propostas, sempre focando o cliente e/ou usuário, indo ao encontro da criação de um centro de informação que, seguindo a premissa, tem seu foco no usuário.

O fluxo abaixo apresenta o processo de gerenciamento da informação.

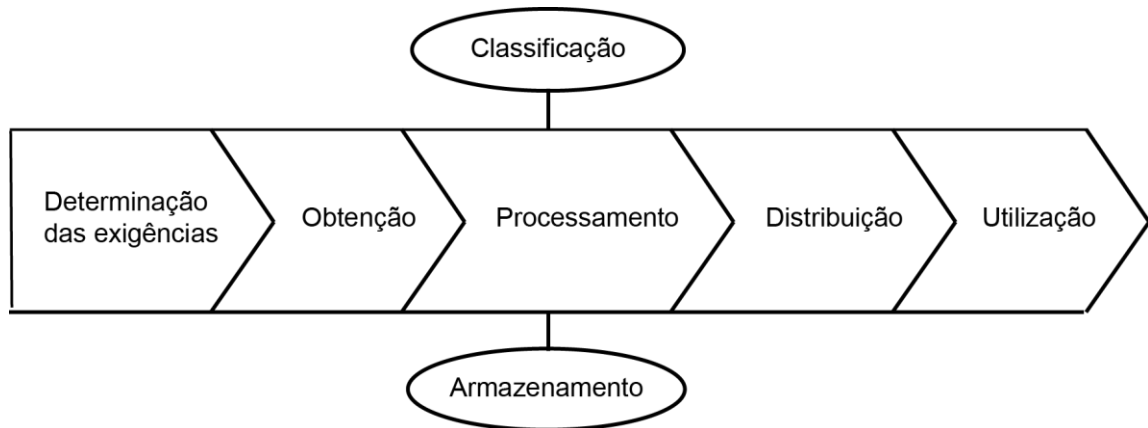


Figura 1: Processo de gerenciamento da informação.

Fonte: Adaptado de MORAES; ESCRIVÃO FILHO, 2006.

Trata-se de um diagrama padronizado para o bom gerenciamento da informação, que pode ser aplicado a todo tipo de empresa ou serviço, bem como ser utilizado também para definir o fluxo de trabalho de um Banco de Imagens.

Determinação das exigências: É a etapa que designa as necessidades da demanda. No caso das imagens, é o ponto inicial, a descrição da pesquisa de imagens já disponíveis ou o *briefing* para fotografar um novo ensaio. A padronização da linguagem neste momento é muito importante, para que o departamento cliente e o departamento fornecedor estejam alinhados e o resultado da demanda atenda à necessidade do cliente.

Um *briefing* bem detalhado, contextualizando o pesquisador ou fotógrafo sobre o material em que as imagens serão inseridas, é fundamental para que as exigências sejam atendidas.

Obtenção: É a pesquisa das imagens de fato ou o registro de um novo ensaio. Também deve-se tomar a recorrência das demandas de imagens como método para se antecipar a novos pedidos semelhantes. Pode-se, por exemplo, disponibilizar uma coleção de imagens temática frequentemente solicitada.

Processamento: É a etapa em que ocorre a alimentação da plataforma (*upload*) e o processamento técnico das imagens (registro, identificação, classificação, arranjo, descrição, indexação, etc.), para que não sejam disponibilizadas com informações faltantes. Se esses dados não estiverem disponíveis em uma base oficial, é necessário buscá-los nas fontes informais (colegas de trabalho, contatos pessoais,

etc.), que frequentemente são tão importantes quanto as fontes formais (rede interna, banco de dados *on-line*, *intranet*, etc.).

Dependendo do modelo de fluxo de trabalho da organização, nesta etapa, também recomendamos a padronização de nomenclatura das imagens originais, em acervo interno. O Lightroom é uma ótima ferramenta para esta função, na qual o usuário estabelece as predefinições que vão padronizar tanto a nomenclatura como a pasta de destino das imagens, automatizando inclusive a inserção de metadados.

Distribuição: É o compartilhamento das imagens aos usuários que dela precisam. Para que haja controle dos acessos ao conteúdo alimentado nesta base, é imprescindível a escolha de uma boa ferramenta tecnológica que permita controlar os acessos, os perfis dos usuários e seus privilégios. Esta ferramenta pode ser unificada com outras plataformas da organização ou ser exclusiva para esta finalidade.

O bom relacionamento entre as equipes é de grande importância também nesta etapa, para que consigam identificar e prever os metadados ou o cruzamento de filtros que os usuários utilizam para realizar suas buscas, retroalimentando a etapa de obtenção de dados e melhorando a experiência do usuário.

Utilização: Está relacionada à maneira como o colaborador assimila e absorve as informações disponibilizadas pela organização; e se a informação será bem aproveitada ou não, dependendo do repertório de conhecimentos do usuário. No caso das imagens, o colaborador precisa estar minimamente contextualizado sobre o objeto da pesquisa. Por exemplo, um pedido muito vago de pesquisa de imagens trará resultado muito amplo e nem sempre atende à necessidade da demanda.

Por meio de relatórios emitidos pela plataforma, é possível rastrear quais usuários acessaram quais imagens e, dessa maneira, traçar um perfil de utilização.

Além dessas etapas, existem outros elementos sobre gestão de processos considerados relevantes, os quais são mencionados a seguir:

- a. É fundamental ter o desenho de processo (*workflow*) bem delimitado, incluindo informações como: de onde vêm os arquivos, para onde vão, armazenamento, etc. Sem esquecer que este é um processo orgânico, e precisa ser revisitado continuamente para, conforme a necessidade, ser ajustado às novas realidades que possam surgir.

- b. Como cada organização tem uma distribuição de tarefas diferente, não é possível exigir um padrão de *workflow*, mas sabe-se que certas etapas de controle são indispensáveis.
- c. Cada organização escolhe o seu método de controle, mas o mais importante é que cada colaborador faça suas anotações, no sistema, de toda e qualquer demanda produzida pela área. Caso a organização não possua um sistema automatizado para essas anotações, sugere-se a utilização de uma planilha no estilo *follow-up*, para que o colaborador anote todos os registros por data e acompanhe a evolução de cada demanda.

5.1 Repositório digital

É a ferramenta que proporciona o acesso dos usuários às imagens produzidas pela organização, devidamente catalogadas na etapa de processamento. Existem muitas opções de ferramentas disponíveis hoje em dia no mercado, que variam conforme a necessidade de cada grupo de usuários, podendo ser empregado, para esta função, desde o LightRoom (ferramenta muito utilizada por fotógrafos, pela facilidade de uso para a catalogação de seus trabalhos), passando pelas ferramentas *open source*, até as ferramentas mais elaboradas e customizadas pelas empresas de tecnologia.

Como a seleção desta ferramenta vai depender diretamente do orçamento da empresa, não será citado nenhum tipo específico neste tópico, apenas os elementos recomendáveis para que o fluxo de informações seja eficaz. Afinal, deve-se utilizar a inteligência tecnológica para melhorar a qualidade dos serviços e das informações que circulam nas organizações.

Mencionamos a seguir os elementos recomendáveis, tanto de processos quanto de recursos técnicos, para se obter eficácia no fluxo de informações:

- a. A existência de uma ferramenta de pesquisa disponível *on-line* facilita o trabalho dos usuários, que podem realizar a busca remotamente. Por exemplo, caso o usuário esteja em um estúdio fora da empresa e necessite realizar uma pesquisa de imagens para referências, ele pode efetuar a busca via Internet, desde que tenha uma senha de acesso.

- b. A ferramenta deve ser acessível em qualquer navegador ou plataforma, MAC, PC e mobile, para garantir acessibilidade independente do local em que o usuário esteja.
- c. O gestor da área de imagens deve realizar, em conjunto com a área de TI, testes de velocidade tanto dos *uploads* quanto dos *downloads*, para monitorar a eficácia e a instantaneidade de respostas do sistema.
- d. É preciso manter o histórico de todas as ações nas ferramentas. O fornecedor de tecnologia deve garantir que este histórico será preservado, para análises futuras, caso sejam necessárias.
- e. O gestor ou o analista deve realizar o registro das inconformidades do sistema, para que periodicamente consiga mensurar a porcentagem de falhas, a fim de melhorar a qualidade do sistema.
- f. É recomendável que os colaboradores da equipe de imagens chequem esporadicamente se os metadados que constam na tela de *upload* são exatamente os mesmos apresentados na tela de busca.
- g. Após a conclusão de cada *upload*, cada usuário deve checar todos os metadados preenchidos no momento do seu *upload*, para identificar se todas as respostas foram disponibilizadas corretamente. Observar também se o *preview* do ativo está visível ou corrompido.
- h. Imagens só devem ser submetidas ao sistema, quando possuírem contratos ou algum documento que permita a sua utilização.
- i. Reunir esforços para que todas as tarefas sejam automatizadas de alguma maneira pelo sistema.
- j. A ferramenta deve apresentar ainda a opção de extrair relatórios do sistema, com indicadores de volume de *uploads versus downloads versus* falhas de sistema.
- k. A existência de notificações automáticas pelo sistema, alertando sobre quais serão os próximos ativos que irão expirar.
- l. Os *uploads* de arquivos em formatos distintos (pdf, jpg, eps, tif...), preferencialmente, devem ser submetidos à ferramenta por telas diferentes, para não haver conflitos internos.

- m. A resposta de metadados em formato lista diminui eficientemente o volume de falhas na catalogação das imagens, pois não oferece muitas opções ao usuário e o induz a selecionar respostas já previstas.
- n. O recurso de *auto-complete* na tela de *upload* e também na tela de buscas otimiza o tempo dos usuários que utilizam as mesmas informações com frequência.
- o. O mecanismo de *select all* é fundamental para a edição de ativos em lotes, tanto na tela de *uploads* como na edição de metadados.
- p. A possibilidade de anexar um complemento ao ativo digital, como os contratos digitalizados pertinentes a uma imagem específica, pode ser útil na validação jurídica. Pode até ser considerada a hipótese de esse recurso ser condicionante, para que o usuário nunca submeta a imagem ao sistema, sem contrato ou documento que comprove a liberação de uso.
- q. Recurso que traga o mesmo resultado para busca, realizada com ou sem acentuação. Por exemplo: joao = João.
- r. O recurso de nuvem de *tags* ou *trend topics*, em que ficam em evidência as buscas mais recentes ou as de maior incidência entre os usuários, pode otimizar o tempo de resposta da busca de outros colaboradores, que também podem estar à procura do mesmo conteúdo.
- s. Após o *upload* com melhor qualidade de cada imagem, o sistema deve gerar e disponibilizar também opções derivativas, que nada mais são do que uma cópia da imagem em baixa resolução, para facilitar o tráfego de dados pelas redes e, também, para que usuários com equipamentos menos potentes consigam utilizar a imagem sem transtornos.
- t. O efeito de disponibilizar dados importantes, como data, por exemplo, em recurso de *mouse-over* durante a pesquisa, reduz o número de cliques para obtenção de resultados.
- u. Disponibilizar o recurso de “carrinho de compras”, para que o usuário também consiga realizar *downloads* em lote.

5.2 Política de Gestão da Informação (PGI)

Trata-se de um documento que compila todas as regras e a sistemática para a gestão da informação dentro de cada organização. Nele devem estar

contempladas as responsabilidades, os conceitos e a descrição de cada elemento necessário para cada tarefa pertinente ao fluxo de informações dentro da organização. Deve-se mencionar, também, qual a expectativa da empresa em relação aos colaboradores com a aplicação de tal política, com linguagem clara o suficiente para não haver dúvidas que tais regras serão exigidas dos colaboradores.

5.2.1 Engajamento

É essencial que todos os colaboradores estejam comprometidos com o mesmo propósito, englobando desde os de nível operacional até o presidente da organização. Inclusive, é de extrema importância que o direcionamento orientado para a gestão do conhecimento parta de um nível superior, para que as iniciativas tenham adesão nas equipes.

Antes que essas ações sejam divulgadas por meio de um documento, é necessário que sejam validadas pelo CGI e também pelo executivo por elas responsável. Este profissional valida e automaticamente se compromete publicamente com as políticas ali transmitidas, exigindo sua divulgação e consequentemente o cumprimento de cada uma delas.



Figura 2: Estratégia para aceitação da política.

Fonte: Adaptado de FERREIRA; ARAÚJO, 2008.

Nesta publicação, devem constar os nomes e os contatos dos membros do CGI para que qualquer colaborador, em caso de dúvidas ou sugestões, possa entrar em contato direto com o comitê. E quanto maior a abertura para a participação dos colaboradores de base, maior será a aceitação da PGI.

Abaixo seguem alguns exemplos de elementos essenciais para este documento:

- a. Treinamento, publicação e divulgação das políticas.
- b. Tutoriais acessíveis a todos os colaboradores, tanto na *intranet* da organização como em versões impressas.
- c. Capacitação presencial periódica das equipes, promovendo o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis nas ferramentas.
- d. Exposição de graus de criticidade sobre o não cumprimento das políticas.

Direitos autorais e de uso de imagem

- a. O CGI deve estar em constante interação com a área jurídica, para manter as políticas sempre atualizadas em relação às cláusulas de cada cessão de direitos.
- b. Atenção para uso publicitário, comercial ou institucional. Deve-se checar cada imagem, para confirmar se foi ou não contratada para essas aplicações.
- c. Nunca realizar *upload* de uma imagem que não tenha sido produzida por sua própria organização; ou então que, ao menos, exista uma cópia do contrato para checar as informações sobre direitos contratados, veiculação, período, etc.

5.2.2 Gestão de acessos

Cabe ao gestor do banco de imagens planejar e definir os grupos de permissionamento para acesso ao sistema, bem como efetuar requisições de novos perfis, alterações de acesso e cancelamentos de perfis já existentes de colaboradores que sejam desligados. As ações do gestor da área incluem:

- a. Preencher o formulário de solicitação de acesso a um novo colaborador; pode ser apenas um *template* por *e-mail* ou um formulário *on-line*.
- b. Verificar se existe mais de um grupo de usuários com permissionamentos de universos distintos, e estar atento para identificá-los corretamente e diferenciar seu uso.
- c. Redigir e exigir assinatura de cada usuário em um Termo de Responsabilidade, no qual estejam relacionadas todas as recomendações

de confidencialidade para a utilização de sua senha individual de acesso, e sobre as implicações relativas a vazamentos de dados ou imagens.

- d. Checar os acessos a todos os recursos sempre que um novo colaborador precisar de acesso, pois o fornecedor pode não ter disponibilizado todas as permissões necessárias.
- e. Periodicamente, avaliar o permissionamento dos universos de todos os usuários.
- f. Providenciar a higienização da base de usuários pelo menos duas vezes ao ano, conferindo todos os perfis ativos e seus permissionamentos.
- g. Definir como exigências sobre a definição de Senhas:
 - Número mínimo de oito caracteres.
 - Período de expiração de no mínimo 45 dias.
 - Obrigatoriedade de que a senha seja composta de letras e números.
 - Obrigatoriedade de que, ao compor uma nova senha, o usuário não utilize nenhuma das quatro senhas anteriores.
 - Bloquear a conta do usuário após cinco tentativas de acesso sem sucesso.
 - Manter o usuário bloqueado, de acordo com a regra acima, por 30 minutos ou até o desbloqueio pelo administrador.
 - Conscientizar a todos que a prática de compartilhamento de senhas entre os funcionários é proibida.

5.2.3 Segurança da Informação

É de fundamental importância que a organização tenha documentada e difundida a Política de Segurança da Informação (PSI) por ela adotada, para garantir que os colaboradores tenham acesso a essas informações e não possam alegar que a desconheciam.

As normas contidas na PSI devem deixar bem claros o papel e as responsabilidades de cada colaborador, abrangendo todas as áreas da empresa, não só as que interagem com as imagens. A Política de Segurança da Informação não pode ser engessada, precisa ser revisitada com frequência e ser atualizada, sempre que necessário.

O cumprimento de todas as medidas da PSI previnem acessos não autorizados ao conteúdo produzido pela organização, imprimindo maior segurança aos processos de negócios, garantindo inclusive o ineditismo sobre informações sigilosas, como estratégias de vendas, lançamentos de novos produtos, etc., que podem interferir negativamente em seus negócios.

Algumas características importantes para a área de imagens seguir corretamente a PSI são:

- a. Manutenção do conteúdo do acervo digital e monitoramento do espaço disponível em rede para *backup*.
- b. Pesquisa constante de novos suportes, técnicas de *backup* e métodos para diminuição do espaço ocupado pelos HDs nas redes.
- c. Atualização constante em tecnologia.
- d. Gestão e conscientização das equipes.

5.2.4 Preservação digital

Há muito anos este assunto vem sendo largamente estudado, com o objetivo de se adotar medidas de preservação digital que garantam que os arquivos gerados no decorrer da vida de uma organização possam ser abertos no futuro, mesmo que não exista mais o *software* específico para isso. Ou seja, o intuito é “preservar para garantir o acesso”.

Considerando que este patrimônio arquivístico digital se encontra em perigo de desaparecimento e de falta de confiabilidade, e que sua preservação em benefício das gerações atuais e futuras é uma preocupação urgente no mundo inteiro. (CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS, 2005, p.1).

Em 2003, um estudo na Universidade de Michigan já levantava cinco etapas organizacionais para a preservação digital:

- a. Reconhecer: preservação digital é um problema local.
- b. Agir: iniciar projetos de preservação digital.
- c. Consolidar: transformando projetos em programas.
- d. Institucionalizar: incorporar o todo institucional.
- e. Exteriorizar: colaboração entre instituições.

Já o American Institute for Conservation ([20--] apud SCHISLER, 2015, informação verbal)⁴, considera essenciais para garantir acesso aos arquivos no futuro:

- a. Utilizar formatos de arquivos sustentáveis.
- b. Organizar os dados digitais (metadados).
- c. Fazer *backup* e migração dos dados.
- d. Verificar os *backups*.
- e. Se possível, imprimir/documentar.

Podemos utilizar todas essas recomendações no cenário de Banco de Imagens, já que não são excludentes, mas, sim, complementares. O que importa nisso tudo é garantir que as imagens ou as informações nelas contidas sejam recuperadas no futuro, para ser utilizadas da maneira como o cliente desejar.

Metadados:

Metadados é a informação estruturada que descreve, explica, localiza, ou possibilita que um recurso informacional seja fácil de recuperar, usar ou gerenciar. (National Information Standards Organization - NISO, 2004, p. 1 apud SAYÃO, 2010).⁵

Existem muitos modelos de metadados disponíveis para várias tipologias de documentos diferentes, e escolher entre um modelo e outro vai depender do tipo de ferramenta ou da necessidade de personalização das palavras-chave que precisam ser recuperadas pelos usuários da organização. Algumas delas não utilizam padrão externo algum, e, justamente devido à necessidade de aquele público ser muito segmentado, elas mesmas criam o seu próprio grupo de metadados.

O conceito tradicional de metadado pode ser ampliado para abrigar um conjunto de informações que apoiem as atividades de gestão da preservação de materiais digitais. Esse tipo de metadados, chamados de metadados de preservação, tem como função instruir e documentar os processos de preservação digital de longo prazo, garantindo que os conteúdos digitais possam ser acessados e interpretados no futuro.

⁴ Informação fornecida por Schisler em São Paulo, em 2015.

⁵ National Information Standard Organization. **Understanding Metadata**. Bethesda, MD: NISO Press, 2004. Disponível em: <<http://www.niso.org/publications/press/UnderstandingMetadata.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2015.

Por isso, a comunidade acadêmica recomenda o uso do modelo de metadados formato OAIS, que significa “Sistema de Informação Aberto para Arquivos, do inglês Open Archival Information System”, ou também conhecido como Padrão para Preservação ISO 14.721. Segundo estudos, este modelo de metadados garante a preservação do objeto digital a longo prazo.

A definição de quais metadados serão utilizados deve ser feita com a ajuda de especialistas e de colaboradores que conhecem bem o universo da organização, pois, somente em conjunto, poderão definir os melhores termos a serem fixados para favorecer a revocação das imagens no futuro.

Qualquer colaborador pode sugerir ao Comitê de Gestão da Informação inclusões, alterações e exclusões de respostas nos metadados, mas nada será implementado sem a avaliação dos impactos, ação que deve ser realizada por este comitê.

E, sobre o aspecto de recursos técnicos, o sistema deve atribuir mecanismos condicionantes para que o *upload* não passe para a etapa seguinte, caso esteja faltando o preenchimento de algum campo.

Cuidado com alguns detalhes:

- a. Nunca converter um arquivo JPG em DNG, pois perde características importantes do arquivo original.
- b. Não utilizar caracteres especiais nos nomes dos arquivos. Ex.: @#\$%&*.
- c. A extensão do arquivo deve sempre estar em caixa baixa, pois, se usar “JPG” em caixa alta, pode ocasionar problemas de interpretação do arquivo dentro do sistema e causar sérios transtornos.
- d. Manter algum padrão de nomenclatura para todos os tipos de arquivos, inclusive as imagens tratadas ou modificadas. Algumas ferramentas apresentam este recurso, e até mesmo o Lightroom consegue renomear arquivos com padrões previamente definidos, e de maneira automatizada.
- e. Tentar automatizar etapas do processo, como, por exemplo, a importação de dados via formulários CSV.
- f. Manter tutoriais disponíveis para todos os colaboradores, além de disponibilizar a eles reciclagem periódica.
- g. Se uma lista de respostas foi modificada, como uma listagem de produtos daquela empresa, por exemplo, deve-se alertar a todos os envolvidos para

atualizá-la no sistema, e talvez realizar um cadastro retroativo (*backlog*) dessas imagens. Caso contrário, uma pesquisa por uma resposta de metadado, que foi ajustada recentemente, retorna com um resultado inferior à quantidade real.

6. CONSIDERAÇÕES

Todas as sugestões de boas práticas propostas no decorrer deste artigo foram testadas e utilizadas durante a experiência profissional de uma das autoras deste artigo. São medidas avaliadas e aperfeiçoadas no decorrer dos anos, e por terem apresentado prognóstico positivo na redução do volume de falhas, economia de tempo de trabalho, etc., acreditamos ser informações relevantes e que podem ajudar outras organizações a aprimorar seus processos.

Essas informações certamente serão de grande valia para empresas não só de comunicação, mas também de qualquer outro segmento que vislumbrar o valor e a necessidade da criação de um Banco de Imagens. A partir do momento em que a alta gerência enxerga esse valor, já está dado o primeiro passo na direção do bom aproveitamento das imagens produzidas pela organização.

E por ser um serviço em constante desenvolvimento tecnológico, este artigo deve estimular a reflexão sobre vários outros itens que foram pouco explorados e que serão atualizados continuamente, como, por exemplo:

- a. Quais indicadores de desempenho devem ser exigidos da ferramenta, para monitorar a produtividade do sistema adotado.
- b. Instantaneidade ou economia de tempo dos colaboradores na recuperação da informação.
- c. Redução de problemas técnicos com o repositório e seus *uploads*.
- d. Redução a zero de possíveis duplicidades de ensaios fotográficos que já existam ou mesmo repetições desnecessárias de ensaios semelhantes.
- e. Aplicação de normas internacionais de boas práticas em fotografia, catalogação e preservação difundidas por órgãos reconhecidos mundialmente, como:
 - DP Best Flow (2015, <http://dpbestflow.org/>) – site de boas práticas, direcionado à fotografia digital, apoiado pela Library of Congress e liderado por Richard Anderson, ex-UPDIG.

- American Society of Media Photographers (2015, <https://asmp.org/>) – associação de fotógrafos americanos, que divulga eventos, tutoriais e guides de atualização sobre vários temas relacionados à fotografia e seus desdobramentos.
 - Fundação “The Getty” ([2015?], <http://www.getty.edu/>) – proporciona inúmeros cursos de artes e apoia instituições comprometidas com a preservação de acervos visuais por meio de museu e instituto de pesquisa, entre outros.
- f. Sobre curadoria digital:
- Para quem ficará a responsabilidade pelos cuidados com os ativos digitais no futuro?
 - Reeducação sobre redução de volume de dados armazenados, triagem, eliminação de dados duplicados ou obsoletos.

As empresas que adotarem essas praticas e ficarem atentas a essa evolução, estarão aptas a gerenciar a informação com qualidade durante todo o seu ciclo de vida, ou seja, poderão criar, capturar, armazenar, versionar, indexar, gerenciar, limpar, distribuir, publicar, buscar e até mesmo descartar arquivos desnecessários, com segurança.

7. BIBLIOGRAFIA

AMERICAN SOCIETY OF MEDIA PHOTOGRAPHERS (Philadelphia).

American Society of Media Photographers. 2015. Disponível em: <<https://asmp.org/>>. Acesso em: 04 out. 2015.

ASSOCIATION OF BUSINESS PROCESS MANAGEMENT

PROFESSIONALS (Brazil). **Guia BPM CBOK:** guia para o gerenciamento de processos. Negócio Corpo comum de Conhecimentos ABPMP BPM CBOK v3.0. [S.l.]: ABPMP, 2013.

BRASIL. Lei nº 10.406/2002, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Presidência da República**, Brasília, DF, 10 jan. 2002. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em 10 nov. 2015.

BRASIL. Lei nº 9.610/98, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

Presidência da República, Brasília, DF, 19 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>. Acesso em 10 nov. 2015.

CARVALHO, G. M. R. de; TAVARES, M. da S. **Informação e conhecimento: uma abordagem organizacional**. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 2001.

CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS. Carta para a Preservação do Patrimônio Arquivístico Digital. Rio de Janeiro: Conarq, 2005. Disponível em:

<http://www.arquivonacional.gov.br/conarq/cam_tec_doc_elepreservacao/cartapreservacao.asp>. Acesso em 10 out. 2015.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 2001.

DIGITAL PHOTOGRAPHY BEST PRACTICES AND WORKFLOW (Philadelphia). **DPBestflow**. Disponível em: <http://dpbestflow.org/>>. Acesso em 4 out. 2015.

FERREIRA, F. N. F.; ARAÚJO, M. T. de. **Política de segurança da informação: guia prático para elaboração e implementação**. 2a ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

GETTY ([s.l.]). **The Getty**. [2015?]. Disponível em: <<http://www.getty.edu/>>. Acesso em: 4 out. 2015.

MORAES, Giseli Diniz de Almeida; ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. A gestão da informação diante das especificidades das pequenas empresas. **Ci. Inf.**, [s.l.], v. 35, n. 3, p.124-132, set. 2006. FapUNIFESP (SciELO). DOI: 10.1590/s0100-19652006000300012. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652006000300012>. Acesso em: 23 nov. 2015.

RUGGIERO, Alberto Pirró. **Qualidade da comunicação interna**. 2002.

Disponível em:

<<http://www.rh.com.br/Portal/Comunicacao/Artigo/3388/qualidade-da-comunicacao-interna.html#>>. Acesso em: 04 out. 2015

SANTOS, R. N. M.; BERAQUET, V. S. M. Informação estratégica e empresa: o discurso à prova dos fatos. **Datagramazero: Revista da Ciência da Informação**, [s.l.], v. 3, n. 2, p.1-1, jun. 2001. Disponível em:

<http://www.datagramazero.org.br/jun01/Art_01.htm>. Acesso em: 4 out. 2015.

SAYÃO, L. F. Uma outra face dos metadados: informações para a gestão da preservação digital. **Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, [s.l.], v. 30, n. 15, p.1-31, 2010. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). DOI: 10.5007/1518-2924.2010v15n30p1. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1252815>>. Acesso em: 4 out. 2015.

STAREC, C. (Org.). A mandala da informação no universo corporativo.

In:_____. **Gestão da informação, inovação e inteligência competitiva: como transformar a informação em vantagem competitiva nas organizações**. São Paulo: Saraiva. 2012. p. 35-56.

VALENTIM, M. L. P. Formação: competências e habilidades do profissional da informação. In: _____. **Formação do Profissional da Informação**. São Paulo: Polis, 2002. p.117-132.