

# INDEXAÇÃO DE FOTOGRAFIAS PARA A ÁREA DE PUBLICIDADE\*

**Sabrina Amorim Catunda Sampaio**

**Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade de Brasília**

[samorim\\_s@hotmail.com](mailto:samorim_s@hotmail.com)

**Prof.a Dr.a Marisa Brascher**

**Curso de Biblioteconomia, Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília**

[marisab@unb.br](mailto:marisab@unb.br)

**Prof.a Dr.a Miriam Paula Manini**

**Curso de Arquivologia, Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília**

[mpmanini@uol.com.br](mailto:mpmanini@uol.com.br)

Resumo: Aborda a indexação de fotografias publicitárias como objeto de estudo. A idéia do trabalho partiu de uma experiência, onde se encontram fotografias produzidas para serem alugadas com fins publicitários. Propõe a indexação do acervo fotográfico da Kazuo Okubo Photo Studio a partir de uma grade de Análise Documentária de imagens fotográficas estudada e complementada com a dimensão expressiva e com as devidas complementações que a indexação de fotografias publicitárias necessita. A proposta do trabalho obteve resultados positivos onde se pode notar a efetividade na indexação de fotografias a partir da metodologia utilizada.

Palavras-Chaves: Acervos Fotográficos, Análise Documentária de Fotografias, Indexação de Fotografias.

---

\* Trabalho de monografia apresentado por Sabrina Amorim Catunda Sampaio ao Departamento de Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília para a obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia, sob orientação da Prof.a Dr.a Marisa Brascher e co-orientação da Prof.a Dr.a Miriam Manini (Novembro, 2003).

## INTRODUÇÃO

Em um documento textual, a indexação faz-se por meio da análise conceitual, mas para um documento fotográfico, a análise é visual, exigindo, portanto, técnicas específicas de indexação. Apesar da literatura na área ainda não ser vasta, já é possível testar modelos de indexação existentes como o de Smit (1997b) e Manini (2002). Com o aumento do volume de acervos fotográficos, torna-se necessário que se aprofundem pesquisas de como recuperar fotografias de forma fácil e eficaz, para melhor recuperação pelos usuários.

O indexador deve saber que quando um usuário de um acervo fotográfico procura certa foto, ele imagina mentalmente uma determinada imagem e não um documento escrito. Por esse motivo, torna-se necessário que o indexador traduza essas imagens em palavras que descrevam adequadamente as fotografias.

A indexação de fotografias, deve ser orientada por perguntas do tipo: QUEM? O QUE? ONDE? QUANDO? COMO?. Este tipo de documento exige técnicas apropriadas de indexação, que levam em conta a análise e representação da imagem, que será, então, representada por um texto representativo de seu conteúdo.

Assim como as fotos documentárias, fotos-jornalismo, entre outras, a fotografia publicitária possui suas particularidades quanto à indexação, requerendo mais detalhes na descrição, como por exemplo, informações sobre recursos técnicos empregados na fotografia. Muitas vezes o indexador não domina este tipo de conhecimento, necessitando da ajuda de um fotógrafo para indexar.

Neste trabalho, os aspectos específicos da indexação de fotografias publicitárias foram analisados, com base num estudo de caso realizado no acervo fotográfico do Kazuo Okubo Photo Studio. A metodologia proposta no trabalho constituiu-se da aplicação da grade de análise documentária de imagens fotográficas proposta por Manini (2002), na qual propõe a inclusão da Dimensão Expressiva<sup>1</sup> da fotografia para uma melhor indexação da imagem com fins publicitários.

A metodologia do trabalho foi dividida nas etapas descritas a seguir:

- Estudo da grade proposta por Manini (2002), na qual se inclui a Dimensão Expressiva;

- descrição do acervo fotográfico;

- levantamento de necessidades de recuperação em fotografia publicitária;

- aplicação da grade proposta por Manini, com adaptações.

### **ESTUDO DA GRADE PROPOSTA POR MANINI (2002)**

A Dimensão Expressiva de uma fotografia, proposta por Manini (2002, p. 87), é definida como “algo ligado à forma da imagem, que se encontra em justaposição ao seu conteúdo informacional”. Para a autora, na indexação tradicional de imagens, a recuperação baseia-se somente no conteúdo, sendo necessário precocupar-se também com a recuperação da imagem baseada na forma:

[...] a importância de se considerar a Dimensão Expressiva na AD de imagem está no fato de que o ponto decisivo de escolha de uma fotografia (a partir de um conjunto de imagens recuperadas num sistema de recuperação de informações visuais) pode estar justamente na forma como uma mensagem imagética foi construída para transmitir um conteúdo informacional. Manini (2002, p.88)

Manini (2002) sugere a inserção da Dimensão Expressiva na grade de AD de imagens fotográficas. A princípio, Smit (1997b) apresenta uma grade reunindo categorias informacionais, a partir de Shatford Layne, para a representação do conteúdo informacional da imagem fotográfica:

Categoria	DE		SOBRE <sup>II</sup>
	Genérico	Específico	
Quem/O que			
Onde			
Quando			
Como			

A partir desta tabela, Manini (2002) propõe a inclusão da Dimensão Expressiva para uma melhor indexação das fotografias, cuja descrição, na tabela é, composta por Recursos Técnicos e Variáveis:

RECURSOS TÉCNICOS	VARIÁVEIS
Efeitos especiais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotomontagem</li> <li>- estroboscopia</li> <li>- alto-contraste</li> <li>- trucagens</li> <li>- esfumação, etc.</li> </ul>
Ótica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilização de objetivas (<i>fish-eye</i>, lente normal, grande-angular, teleobjetiva, etc.)</li> <li>- Utilização de filtros (infravermelho, ultravioleta, etc.)</li> <li>- Etc.</li> </ul>
Tempo de Exposição	<ul style="list-style-type: none"> <li>- instantâneo</li> <li>- pose</li> <li>- longa exposição</li> <li>- etc.</li> </ul>
Luminosidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>- luz diurna</li> <li>- luz noturna</li> <li>- contraluz</li> <li>- luz artificial</li> </ul>

	- etc.
Enquadramento	- enquadramento do objeto fotografado (vista parcial, vista geral, etc.) - enquadramento de seres vivos (plano geral, médio, americano, <i>close</i> , detalhe) - etc.
Posição de câmera	- câmera alta - câmera baixa - vista aérea - vista submarina - vista subterrânea - microfotografia eletrônica - distância focal (fotógrafo/objeto) - etc.
Composição	- retrato - paisagem - natureza morta, etc.
Profundidade de Campo	- com profundidade: todos os campos fotográficos nítidos (diafragma mais fechado) - sem profundidade: o campo de fundo sem nitidez (diafragma mais aberto).

Esta tabela, além de não ser exaustiva ou completa nos seus propósitos, está aberta às conseqüências e resultados das transformações tecnológicas, como a fotografia digital e suas peculiaridades. Certamente outros estudiosos da fotografia sempre terão uma sugestão para alterar uma ou outra de suas colunas. A utilização desta tabela orienta a forma como a grade de Análise Documentária de Imagens Fotográficas será alimentada. A proposta inicial é que o profissional da informação observe, na fotografia, os elementos da primeira coluna e identifique quais variáveis da segunda coluna aparecem como técnica ou característica formal da fotografia. Em seguida, pode-se nomear o que estas técnicas fazem a fotografia expressar.

## DESCRIÇÃO DO ACERVO FOTOGRÁFICO

Para testar a aplicação da tabela expandida com a Dimensão Expressiva a fotografias publicitárias, foi escolhido o acervo fotográfico da Kazuo Okubo Photo Stúdio, que pertence ao fotógrafo Kazuo Okubo, detentor de larga experiência em fotografias publicitárias em Brasília. O referido acervo possui cerca de 3.000 fotos, todas produzidas com fins publicitários e está organizado em pastas temáticas, como, por exemplo: Modelo Feminino, Modelo Masculino, Paisagem, Crianças, entre outras.

Nesse acervo, são solicitadas, com frequência, fotos para serem alugadas por publicitários, que as utilizam com a finalidade de diminuir os custos e o tempo de produção do trabalho, já que, na maioria das vezes, a agência tem um prazo muito curto para entregar o trabalho para o cliente.

O acervo começou a ser organizado em 2001, momento em que o fotógrafo começou a receber solicitações para alugar algumas fotos que já havia produzido, necessitando, para tanto, de uma pessoa especializada para organizar, catalogar, classificar e indexar suas fotografias em uma base de dados.

Durante dois anos, as fotografias que estavam armazenadas em caixas, apenas guardadas em envelopes com data e nome do cliente que solicitou a produção fotográfica, foram organizadas. Na verdade, quando dizemos fotografias, estamos falando cromos em tamanho 6 x 7 cm ou 35 milímetros, que são imagens positivas do negativo de uma fotografia. A partir do cromo é que se pode fazer *outdoors*, capas de revistas, *busdoor*, entre outros.

A organização consistiu, em primeiro lugar, na edição das fotografias, ou seja, excluía-se as muito claras ou escuras ou ainda as que estivessem com defeito, pois uma produção fotográfica requer várias opções de luz e poses (no caso de haver pessoas) para escolher uma que atenda ao propósito da fotografia.

Posteriormente, as fotografias foram separadas por temas em pastas de arquivo, todos os cromos devidamente armazenados em pastas para a conservação, preservação e armazenamento destes.

Atualmente, a fase de organização física do acervo está pronta. Há 148 pastas temáticas, com as fotografias já editadas. As pastas são nomeadas de acordo com o assunto principal, como por exemplo:

- **Mulher:** Pasta ⇒ Modelo Feminino;
- **Homem:** Pasta ⇒ Modelo Masculino;
- **Cachoeira:** Pasta ⇒ Cachoeira;
- **Violino:** Pasta ⇒ Instrumento Musical;
- Etc.

O acervo agora está pronto para ser catalogado, classificado e indexado em uma base de dados que permita uma rápida e boa recuperação de fotografias.

Apesar de o acervo não estar totalmente pronto, as fotografias vêm sendo alugadas há alguns anos. A partir da experiência vivida no atendimento aos publicitários que procuraram fotografias que atendessem suas necessidades., observou-se a importância e as particularidades da indexação de uma fotografia publicitária e a necessidade de definição de uma metodologia de indexação, que atendessem aos clientes do estúdio, caracterizados essencialmente como agências de publicidade.

## **LEVANTAMENTO DE NECESSIDADE DE RECUPERAÇÃO EM FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA**

Para identificação da necessidade de recuperação de fotografias no acervo fotográfico, foi efetuada entrevista com o diretor de arte de uma agência de publicidade, cliente constante do acervo da Kazuo Okubo Photo Stúdio. A agência está a quinze anos no mercado publicitário. A entrevista baseou-se em dez perguntas, referentes à importância do acesso a um acervo fotográfico, onde se encontram fotos publicitárias já prontas, que poderão ser alugadas, e se a Dimensão Expressiva seria útil na indexação das fotografias.

Geralmente o publicitário acha importante ter acesso a um acervo fotográfico deste tipo, pois, para ele, é mais cômodo e fácil obter fotografias já prontas para

diminuir o custo da produção fotográfica e o tempo de trabalho. Na área publicitária, às vezes, as agências são obrigadas a entregar um trabalho em um espaço mínimo de tempo ao cliente.

O diretor da agência ressaltou que a diminuição do custo da fotografia também é interessante quando esta é alugada, pois, o fotógrafo não cobra o preço que iria cobrar se esta ainda tivesse que ser produzida. Para as agências isto significa poder oferecer melhor preço ao cliente, ganhando, portanto, uma vantagem competitiva em relação a seus concorrentes. Diante destes fatores, o acervo fotográfico deve estar preparado para oferecer o que tem de melhor e mais preciso ao publicitário. Num acervo automatizado, menor é o tempo de busca da fotografia e menor a perda de tempo.

Observando o quadro da Dimensão Expressiva, o diretor da agência confirmou que os seus recursos técnicos e variáveis são de suma importância para a indexação e recuperação precisa de fotografias publicitárias, uma vez que o publicitário espera encontrar exatamente o que necessita, por exemplo: às vezes ele precisa de algumas coisas muito características, tais como um prato de lasanha com background<sup>iii</sup> amarelo; um homem jovem negro estudando; uma foto de Brasília com grande angular com vista noturna; entre outras.

Para o diretor da agência, as perguntas QUEM, O QUE, ONDE, QUANDO, COMO são suficientes para representar informações de uma fotografia, quando acompanhadas de dados da Dimensão Expressiva. Ressalta que são fundamentais as informações técnicas sobre as fotografias que, no caso, a Dimensão Expressiva oferece. Julga que seria importante ressaltar a raça (negro, japonês, branco, etc.) ou a faixa etária dos modelos, dados que podem ser incluídos no **DE específico** da grade, onde se encontram os dados Genéricos e Específicos.

O entrevistado propôs que, no quadro de Recursos Técnicos e Variáveis, que compõem a Dimensão Expressiva, a locação em que a fotografia foi produzida com suas Variáveis fosse incluída como Recurso Técnico, pois estas informações são imprescindíveis numa busca por palavras-chave.

Manini (2002) esclarece que a tabela desenvolvida por ela, para compor a Dimensão Expressiva, poderá ser complementada ou alterada por outros estudiosos da



fotografia, de acordo com suas necessidades e descobertas. Portanto, a partir do estudo de caso realizado e da experiência obtida na indexação do acervo da Kazuo Okubo Photo Stúdio , constatou-se que, na tabela proposta por Manini (2002), poderia ser incluída a **Locação** como Recurso Técnico. Abaixo, podemos observar em negrito a inclusão do recurso técnico e suas variáveis:

<b>RECURSOS TÉCNICOS</b>	<b>VARIÁVEIS</b>
<b>Locação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- estúdio.</li> <li>- externa.</li> </ul>

Quanto à importância do resumo para a fotografia publicitária, o publicitário entrevistado considera que o histórico da fotografia não é relevante como o é para fotografias para fins documentários. A fotografia publicitária deve atender sua necessidade naquele momento, não importando a história ou documentos que complementem a mesma, mesmo porque ele pode aplicar recursos à foto e mudar seu sentido ou alterar algo que não o agrada, como, por exemplo, a cor ou a posição do objeto, pois na publicidade a imagem pode ter várias interpretações. Uma mesma fotografia pode ter vários sentidos, a depender do que a “comunicação” quer falar e qual público quer atingir; por exemplo: uma fotografia do Congresso Nacional de Brasília pode ser usada em um *folder* de turismo ou em um *folder* de algum seminário que será realizado em Brasília.

O publicitário acrescentou ainda que seria interessante que este acervo fotográfico pudesse ser disponibilizado na Internet como um banco de imagens, para maior agilidade na busca e aluguel da fotografia.

## **APLICAÇÃO DA GRADE PROPOSTA POR MANINI, COM ADAPTAÇÕES**

Para aplicação da metodologia de indexação proposta, foram selecionadas fotografias com melhor nitidez e as que já haviam sido alugadas para trabalhos publicitários, por mais de uma vez. Foram escolhidas fotos de pessoas, objetos e paisagens, para obter maneiras diferentes de indexação.

A proposta de Manini (2002), que visa a analisar fotografias com a finalidade de indexação, é composta por uma grade que contém uma série de perguntas e a Dimensão Expressiva, das quais se extraem palavras-chave.

Vinte fotografias foram selecionadas e submetidas à grade proposta por Manini (2002), a qual cruza os seguintes elementos: QUEM, O QUE, ONDE, QUANDO, COMO, o DE Genérico, o DE Específico, o SOBRE e a Dimensão Expressiva, completada com o novo Recurso Técnico e suas Variáveis.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Constatou-se que a grade de análise de fotografias proposta por Manini (2002) adequa-se às necessidades de indexação de fotografias publicitárias, com pequenas sugestões de alteração.

Levando em conta a opinião do publicitário entrevistado, alguns dados foram incluídos na descrição das fotografias, entrevistado, como a faixa etária dos modelos e a raça (negro, japonês, entre outros). Estes dados foram incluídos no **DE Específico** da grade porque seriam importantes para tornar mais fácil a recuperação das fotografias de acordo com o que o publicitário pretende; por exemplo:

- Um publicitário quer uma menina de mais ou menos 05 anos, japonesa, falando ao celular. Então, as fotografias das negras, morenas, entre outras, já não precisam ser recuperadas, o que torna a recuperação mais precisa e mais ágil.

Contrariando a opinião do entrevistado, manteve-se a pergunta **QUANDO** da grade, pois, foi possível observar que, para determinados tipos de fotografia, esta informação pode ser útil, como, por exemplo:

- Um publicitário precisa de uma fotografia de Brasília na década de 1980, quando a arquitetura não era a mesma do ano 2000;
- O vestuário de um modelo pode variar de acordo com a época em que a fotografia foi tirada. Neste caso, uma fotografia de uma modelo da década de 80 talvez não seja adequada para um publicitário que necessite de modelos atuais. Tais informações podem ser inseridas tanto na grade quanto em um campo específico de uma base de dados implementada para o registro e recuperação de fotografias.

O nome completo do modelo e a agência à qual pertence foram outros dados que importantes a serem incluídos na grade, mais especificamente no **QUEM do DE Específico**, pois, ao se alugar uma foto, é necessário que se saiba o nome do modelo e sua agência, para que ambos possam autorizar o uso de suas imagens, recebendo seus devidos direitos autorais.

O ONDE Genérico, da grade, em algumas fotografias não foi descrito, pois, deve-se evitar confusões nas recuperações das fotografias que podem ter sido produzidas numa mesma localização, em comparação com outras que preenchem a lacuna do ONDE Genérico. Portanto, não sendo necessário mostrar características locais, por exemplo:

Ao se procurar uma foto de Brasília, o publicitário poderá não alcançar êxito no seu intento, pois poderá recuperar, de maneira equivocada, uma foto produzida em estúdio de uma menina falando ao celular, caso esteja constando no ONDE Genérico da foto a palavra Brasília. Não sendo pertinente especificar a localização do estúdio fotográfico.

A utilização dos Recursos Técnicos de Luminosidade e de Efeitos Especiais apresentou alguma dificuldade, devido à necessidade de conhecimento especializado na área de fotografia para descrição destes aspectos. Foi preciso recorrer ao fotógrafo

para obter explicação de como ele produziu a foto, se foi um simples jogo de luz ou se ele utilizou filtro, entre outros recursos.

A maior contribuição deste trabalho para a indexação de fotografias publicitárias foi, sem dúvida, o complemento da tabela desenvolvida por Manini (2002) que compõe a Dimensão Expressiva. A própria autora já previa em seu trabalho que a tabela poderia sofrer alterações ou complementações por outros estudiosos da indexação de fotografias, de acordo com suas necessidades e descobertas.

O Recurso Técnico **Locação**, com suas Variáveis foi um ponto importante na indexação de fotografias publicitárias, pois, para o publicitário entrevistado, este dado é de suma importância para o usuário da área de publicidade. Esse recurso foi facilmente identificado em todas as fotos, pois é um recurso visível e concreto para o indexador.

Durante os exercícios com as fotografias, pôde-se constatar que o indexador deve conhecer não só as técnicas de indexação, mas também as técnicas de fotografia, como, por exemplo, as lentes usadas, profundidade de campo, entre outras, ou ainda, que haja uma assessoria de um fotógrafo para explicar a composição da foto, entre outros dados técnicos.

Depois de feitos os exercícios da grade com as vinte fotos selecionadas, o material de pesquisa foi encaminhado ao publicitário entrevistado, para fins de análise relativa à eficácia na recuperação de fotografias a partir das palavras-chave extraídas da grade proposta por Manini (2002) com as devidas complementações. Ele analisou e confirmou que as palavras-chave extraídas a partir da grade atendem às necessidades de recuperação de fotografias publicitárias.

## **CONCLUSÕES**

A inclusão da Dimensão Expressiva na indexação de fotografias publicitárias é de suma importância. É a partir dela, que podemos extrair dados técnicos das fotos, facilitando a sua recuperação, juntamente com o complemento do Recurso Técnico **Locação** que foi incluída como parte da tabela que compõe a Dimensão Expressiva.

Podemos concluir que, apesar da indexação de fotos publicitárias diferir um pouco da indexação de fotos documentárias, a técnica de indexação proposta por Manini (2002) continua a mesma, sofrendo pequenas alterações e complementações. Essa diferença se dá porque, na indexação de fotografias publicitárias, exigem-se dados mais específicos e detalhados da fotografia e é imprescindível a descrição dos Recursos Técnicos e Variáveis que a compõem.

Como esta pesquisa foi baseada e testada em um acervo fotográfico real, recomenda-se a organização deste em uma base de dados que proporcione boa recuperação das fotografias indexadas, de acordo com a proposta deste estudo. Os dados levantados neste trabalho servirão de subsídio para a definição de uma base de dados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRETO, Auta Rojas. **Indexação de imagens: palavras-chave ou imagens-chave?** São Paulo: Collecta, 1990. 11 f.
- BLATTMANM, Ursula. **Gerenciador de base de dados bibliográficos Micro Isis.** Disponível em: <http://www.ced.ufsc.br>. Acesso em: 02 set. 2003.
- BRADFORD, S. C. Documentação. Tradução de M. E. de Mello. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. 292p.
- CARNEIRO, Marília Vidigal. Diretrizes para um política de indexação. **Revista da escola de biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais**, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 221-241, set. 1985.
- CAVALCANTI, Cordélia R. **Metodologia de indexação.** Brasília: UnB, 1977.
- CINTRA, Anna Maria Marques et al. **Para entender as linguagens documentárias.** São Paulo: Polis, 1994.
- COLEÇÕES. In: Conselho Internacional de Arquivos. **ISAD(G): Norma geral internacional de descrição arquivística.** 2. ed. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2001, p. 4.
- CORDEIRO, Rosa Inês de Novais. Descrição e representação de fotografias de cenas e fotogramas de filme: um esquema de indexação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 16, Salvador, 1991. **Resumos...** Salvador: Associação Profissional dos Bibliotecários do Estado da Bahia/ APBEB, 1991. P.1008-1022.
- CUNHA, Isabel M. R. Ferin. Análise documentária. In: SMIT, Johanna W. (Org.). **Análise documentária: a análise da síntese.** 2. ed. Brasília: IBICT, 1987. cap. 3, p. 39-62.
- CUNHA, Isabel M. R. Ferin. Contribuição para a formulação de um Quadro Conceitual em Análise Documentária. In: CUNHA, Isabel M. R. Ferin (Coord.). **Análise Documentária: considerações teóricas e experimentações.** São Paulo: FEBAB, 1989. cap. 1, p.15-30.

- CUNHA, Marisa Ortegoza da. Um modelo de indexação automática de seqüências de imagens baseado em uma sintaxe espacial 2 D. Rio de Janeiro: PUC, 1996. Originalmente apresentada como tese de mestrado, PUC, 1996.
- FOTOGRAFIA. In: FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 2. ed. rev. e aum. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992. 1838 p.
- FOTOGRAFIA. In: ON Line dictionary of library and information science. Connecticut: Western Connecticut State University, 2000. Disponível em: <http://www.wcsu.edu/library/odlis.html>. Acesso em: 1 set. 2003.
- FUNDO ARQUIVÍSTICO. In: Conselho Internacional de Arquivos. **ISAD(G): Norma geral internacional de descrição arquivística**. 2. ed. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2001.
- GONZÁLES GARCIA, Pedro. Los documentos en nuevos soportes. **Boletim do Arquivo**, São Paulo: Arquivo do Estado de São Paulo, v.1, n.1, p. 19-37, 1992.
- GUINCHAT, Claire; MENOUE, Michel. **Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação**. 2.ed. corr. e aum. Por Marie-France Blanquet. Tradução de Míriam Vieira da Cunha. Brasília: IBICT, 1994.
- KOBASHI, Nair Yumiko. Análise documentária: considerações sobre um modelo lógico-semântico. In: CUNHA, Isabel M. R. Ferin (Coord.). **Análise Documentária: considerações teóricas e experimentações**. São Paulo: FEBAB, 1989. cap. 3, p.45-58.
- LANCASTER, F. W. **Indexação e resumos: teoria e prática**. Brasília: Brinquet de Lemos, 1993. 347 p. Tradução de Antonio Agenor Brinquet de Lemos.
- LINGUAGEM NATURAL. In: ON Line dictionary of library and information science. Connecticut: Western Connecticut State University, 2000. Disponível em: <http://www.wcsu.edu/library/odlis.html>. Acesso em: 1 set. 2003.
- LINGUAGENS PRÉ-COORDENADAS. In: ON Line dictionary of library and information science. Connecticut: Western Connecticut State University, 2000. Disponível em: <http://www.wcsu.edu/library/odlis.html>. Acesso em: 1 set. 2003.

- LINGUAGENS PÓS-COORDENADAS. In: ON Line dictionary of library and information science. Connecticut: Western Connecticut State University, 2000. Disponível em: <http://www.wcsu.edu/library/odlis.html>. Acesso em: 1 set. 2003.
- LOPEZ, André Porto Ancona. Documentos imagéticos de arquivo: uma tentativa de utilização de alguns conceitos da Panofsky. Trabalho apresentado ao XIX Simpósio Nacional da ANPUH, 1997, Belo Horizonte.
- MANINI, Miriam Paula. **Análise documentária de fotografias**: um referencial de leitura de imagens fotográficas para fins documentários. São Paulo: USP, 2002. Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 2002.
- MANINI, Miriam Paula. Análise documentária de imagens. **Informação e Sociedade**: estudos, João Pessoa, v. 11, n. 1, p.128-135, jan./jun. 2001.
- MANINI, Miriam Paula. Análise documentária de imagens: documentos fotográficos e indicialidade. **Cadernos Pós-Graduação**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 98-101, 1998.
- PINTO, Maria Cristina Mello Ferreira. Análise e representação de assuntos em sistemas de recuperação da informação; linguagens de indexação. **Revista da escola de biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais**, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 157-278, set. 1985.
- ROBREDO, Jaime; CUNHA, Murilo B. da. Biblioteconomia, documentação, ciência da informação: as componentes de uma nova profissão. In: \_\_\_\_\_. **Documentação de hoje e amanhã**: uma abordagem informatizada da biblioteconomia e dos sistemas de informação. São Paulo: Global, 1994. cap. 1, p. 1-19.
- ROBREDO, Jaime; CUNHA, Murilo B. da. Representação do conteúdo dos documentos. In: \_\_\_\_\_. **Documentação de hoje e amanhã**: uma abordagem informatizada da biblioteconomia e dos sistemas de informação. São Paulo: Global, 1994. cap. 5, p. 201-260.
- SHATFORD LAYNE, Sara. Some issues in the indexing of images. **Journal of the American Society for Information Science**, v.45, n.8, p. 583-588, 1994.
- SMIT, Johanna W. A análise da imagem: um primeiro plano. In: SMIT, Johanna W. (Org.). **Análise documentária**: a análise da síntese. 2. ed. Brasília: IBICT, 1987. cap. 6, p. 101-113.



SMIT, Johanna W. A representação da imagem. A representação da imagem. **Informare**, Rio de Janeiro, v.2, n.2, p.28-36, jul./dez. 1996.

SMIT, Johanna W. **Imagem e arquivo fotográfico**, 1997a. Mimeografado.

SMIT, Johanna W. **Propostas para a indexação de informação iconográfica**, 1997b. Mimeografado.

## NOTAS

---

<sup>i</sup> “Algo ligado à forma da imagem, que se encontra em justaposição ao seu conteúdo informacional”. (Manini, 2002, p. 87). Para a autora, na indexação tradicional de imagens, a recuperação baseia-se somente no conteúdo.

<sup>ii</sup> Manini (2002, p. 104) fala que SOBRE de Shatford Layne (1994) não é usado por Smit para cada categoria de perguntas feitas à imagem (quem, o que, quando, onde, como). O SOBRE é uma síntese, nomeada a partir de um ou vários conceitos abstratos que pode ser deduzida a partir de vários componentes da imagem, distribuídos por diferentes categorias informacionais.

<sup>iii</sup> Background, na publicidade, significa o “plano de fundo”, ou seja, quando a foto é em estúdio, ela tem um fundo que pode ser colorido (azul, branco, amarelo, etc.), texturizado ou com formas geométricas, por exemplo.