

Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
Departamento de Ciências da Informação

Núbia Marta Laux

**A DIVULGAÇÃO DOS ARQUIVOS PÚBLICOS
ATRAVÉS DE SEUS WEBSITES**

Porto Alegre

2010

Núbia Marta Laux

**A DIVULGAÇÃO DOS ARQUIVOS PÚBLICOS
ATRAVÉS DE SEUS WEBSITES**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para a obtenção do título de
Bacharel em Arquivologia da Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof^a Marlise M. Giovanaz

Porto Alegre

2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Reitor: Carlos Alexandre Netto
Vice-Reitor: Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
Diretor: Ricardo Schneiders da Silva
Vice-diretora: Regina Helena Van der Lann

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
Chefe: Ana Maria Mielniczuk de Moura
Chefe Substituta: Helen Rozados

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE ARQUIVOLOGIA
Coordenadora: Maria do Rocio F. Teixeira
Vice-coordenadora: Iara Conceição Bitencourt Neves

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

L391d Laux, Núbia Marta

A divulgação dos arquivos públicos através de seus websites / Núbia Marta Laux ; orientação Marlise M. Giovanaz. – Porto Alegre, 2010.
50 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) –
Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação. Curso de Arquivologia.
Porto Alegre, 2010.

1. Arquivologia. 2. Arquivos Públicos. 3. Internet –
Websites. 4. Marketing – Unidades de Informação.
I. Giovanaz, Marlise M. II. Título.

CDU 930.251:004.738.5

Bibliotecária Núbia Marta Laux – CRB-10/1680

Departamento de Ciências da Informação
Rua Ramiro Barcelos, 2705
Porto Alegre - RS
CEP: 90035-007
Telefone: (51) 3316-5146
Fax: (51) 3316-5435
E-mail: fabico@ufrgs.br

AGRADECIMENTOS

*À minha orientadora Marlise,
pelo apoio e paciência.*

*À minha mãe,
pela atenção e carinho.*

*Aos amigos (as)
que encontrei no curso e
que não me deixaram desanimar!!!*

*"A vida não é
feita de sonhos
que não se realizam,
mas de realidades
que não se sonham."*

Mário Quintana

RESUMO

O estudo investiga como os arquivos públicos brasileiros utilizam *websites* para a sua divulgação e promoção. Analisa as iniciativas existentes nos arquivos públicos estaduais da região Sul. Apresenta as características dos *websites* dos arquivos públicos. Aborda a existência de instrumentos de pesquisas nos *websites*. Identifica similaridades e diferenças entre os *websites* analisados e as Diretrizes Gerais para Construção de *Websites* do CONARQ. Trata-se de um estudo descritivo onde os dados foram obtidos através de observação sistemática dos *websites* dos arquivos públicos de uma amostra não-probabilística e intencional da população. Os dados foram analisados através da técnica de análise de conteúdo e relacionados com o referencial teórico. Apresenta o conteúdo geral e arquivístico dos *websites*, e oferece algumas informações sobre seu desenho e estrutura. Enfatiza a necessidade dos arquivos utilizarem cada vez mais os recursos dos *websites* e técnicas de marketing para a divulgação e promoção de suas instituições.

Palavras-chave: Arquivos públicos. Divulgação dos arquivos. *Websites*. Marketing em Unidades de Informação.

ABSTRACT

The study investigates as the Brazilian public archives use websites for its spreading and promotion. Analyzes the existing initiatives in the state public archives of the South region. It presents the characteristics of the websites of the public archives. It approaches the existence of instruments of research in the websites. It identifies to similarities and differences between the analyzed websites and the General Lines of direction for Construction of Websites of the CONARQ. The type of study used was the description. The the data had been gotten through systematic comment of the websites of the public archives of a not-probabilist and intentional sample of the population. The data had been analyzed through the technique of related analysis of content and with the theoretical referencial. It presents the general and archivist content of the websites, e offers to some information on its drawing and structure. Emphasizes the necessity of the archives to use each time more the resources of the websites and techniques of marketing for the spreading and promotion of its institutions.

Keywords: Public archives. Spreading of the archives. Websites. Marketing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul (APERS) - Apresentação.....	21
Figura 2 – Arquivo Público do Estado de Santa Catarina (APESC) - Página Principal.....	21
Figura 3 – Arquivo Público do Paraná (APPR) - Apresentação.....	22
Figura 4 – APPR - Serviços.....	23
Figura 5 – APERS - Balcão Virtual.....	23
Figura 6 – APESC - Regulamento de Consulta	24
Figura 7 – APPR - Fale Conosco.....	24
Figura 8 – APERS - Página Principal.....	25
Figura 9 – APERS - Acervo.....	26
Figura 10 – APERS - Consulta On-line de Documentos.....	27
Figura 11 – APESC - Acervo.....	27
Figura 12 – APESC - Sistema de Biblioteca e Acervo do Arquivo Público do Estado.....	28
Figura 13 – APPR – Guia de Fundos.....	29
Figura 14 – APPR - Publicações.....	30
Figura 15 – APERS - Formulário Balcão Virtual.....	31
Figura 16 – APPR - Página Principal.....	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 OBJETIVOS	9
2.1 Objetivo Geral	9
2.2 Objetivo Específico.....	9
3 REFERENCIAL TEÓRICO	10
3.1 Arquivo Público e Cultura.....	10
3.2 Marketing em Unidades de Informação	11
3.3 Promoção e comunicação	13
3.4 <i>Websites</i> de Unidades de Informação	14
4 METODOLOGIA.....	18
4.1 Tipo de Estudo	18
4.2 População e Amostra	18
4.3 Instrumentos de Coleta de Dados.....	19
4.4 Análise dos Dados.....	19
5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	21
5.1 Conteúdo – aspectos gerais	21
5.2 Conteúdo – aspectos arquivísticos.....	28
5.3 Desenho e estrutura	32
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	37
APÊNDICE A – Formulário de coleta de dados.....	40
ANEXO A – Diretrizes Gerais para a Construção de <i>Websites</i> de Instituições Arquivísticas.....	39

1 INTRODUÇÃO

Os arquivos públicos são instituições responsáveis pela preservação do patrimônio documental da sociedade, sendo considerados como lugares de memória. Apesar da importância que possuem na sociedade, eles são pouco divulgados e promovidos para o público, não explorando de maneira satisfatória instrumentos como a rede mundial de computadores.

As novas tecnologias, como a internet, possibilitam uma divulgação mais rápida e com menor custo do que os meios tradicionais. O *website* é um exemplo, de como podemos usar as tecnologias da informação para divulgar e promover lugares e serviços na sociedade da informação.

Os arquivos, assim como outras unidades de informação, devem procurar acompanhar as mudanças tecnológicas da sociedade para continuarem vivas e atendendo as necessidades do seu público. Modernizar-se é mais do que nunca um pré-requisito indispensável na sociedade atual, sob o risco de ocupar um espaço cada vez menor na sociedade contemporânea.

Este trabalho propõe-se a questionar, em que medida os arquivos públicos na região Sul do Brasil estão acompanhando estas mudanças? Eles utilizam os *websites* para divulgar e promover suas instituições e acervos?

Os *websites* em bibliotecas brasileiras já são amplamente usados, os quais oferecem além de informações institucionais, inúmeros serviços. E os arquivos públicos brasileiros? Para preencher esta lacuna sobre o assunto, juntamente com a atualidade, relevância e importância do tema, foi que se desenvolveu o problema desta pesquisa.

2 OBJETIVOS

Neste tópico definem-se os objetivos gerais e específicos a serem utilizados durante a investigação.

2.1 Objetivo Geral

Analisar as iniciativas de utilização de *websites* para divulgação e promoção de arquivos públicos no Brasil, focando os *sites* dos arquivos públicos da região Sul.

2.2 Objetivo Específico

- a) identificar a existência de *websites* nos arquivos públicos da região sul do Brasil;
- b) identificar as características dos *websites*;
- c) verificar a existência de instrumentos de pesquisas nos *websites*;
- d) verificar similaridades e diferenças entre os *websites* analisados e as Diretrizes Gerais para Construção de *Websites* do CONARQ.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo aparecem os elementos de fundamentação teórica para a pesquisa.

3.1 Arquivo Público e Cultura

A memória da sociedade durante muito tempo foi transmitida oralmente, hoje ela é encontrada e estimulada nos chamados “lugares de memória” como, por exemplo, os arquivos. Sobre a memória Nora afirma que:

Á medida em que desaparece a memória tradicional, nós nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, imagens, discursos, sinais visíveis do que foi, como se esse dossiê cada vez mais prolífero devesse se tornar prova em não se sabe que tribunal da história. O sagrado investiu-se no vestígio que é sua negação. Impossível de prejulgar aquilo de que se deverá lembrar. Daí a inibição em destruir, a constituição de tudo em arquivos, a dilatação indiferenciada do campo do memorável, o inchaço hipertrófico da função da memória, ligada ao próprio sentimento de sua perda e o reforço correlato de todas as instituições de memória. (NORA, 1994, p.15)

A percepção do arquivo com depositário da memória é, provavelmente, a atribuição mais comum e imediata, já que boa parte da sociedade valoriza a função dos arquivos como elementos que garantem a possibilidade de promover, manter e recuperar a memória dos grupos ou da sociedade de forma coletiva.

Conforme Bellotto (2006) os arquivos públicos existem com a função de recolher, custodiar, preservar e organizar fundos documentais originados na área governamental, transferindo-lhes informações de modo a servir ao administrador, cidadão e historiador. Além destas funções, é citada outra considerada secundária, mas que melhor desempenha seus contornos sociais, que são os serviços editoriais, de difusão cultural e de assistência educativa. Estas atividades, segundo a autora,

trazem a necessária dimensão social, popular e cultural que reforça a função primeira dos arquivos.

Os arquivos tem o objetivo de garantir o acesso dos cidadãos à informação e a cultura, para tanto devem cada vez mais utilizar as tecnologias da informação e comunicação para esse fim.

Os arquivos permanecem envolvidos em um marco de desconhecimento geral sobre seus objetivos e funções, apesar do esforço de conscientização iniciado com a gestão de arquivos e documentos. Para mudar esta situação é necessário que os arquivos elaborem um plano estratégico de promoção da imagem do arquivo.

De acordo com Alberch (2001) as técnicas de marketing podem representar uma série de ferramentas úteis para divulgação da função dos arquivos e seus profissionais, consolidando os serviços de arquivo e sua imagem.

Navarro (2001) afirma que há uma clara necessidade de que os arquivos devem usar as tecnologias da informação e comunicação na sociedade da informação para projetar os arquivos para a sociedade e ampliando seus usuários. Por esta razão devemos utilizar as tecnologias como uma forma de atrair ao arquivo os cidadãos e tornar evidente a utilidade de seu conteúdo para a investigação, a cultura, o comércio e o exercício de direitos democráticos.

3.2 Marketing em Unidades de Informação

O marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Segundo Kotler (2005, p. 6), “marketing é um processo societal por meio do qual indivíduos e grupos obtêm aquilo de que necessitam e que desejam com a criação, a oferta e a livre negociação de produtos e serviços”.

De acordo com Las Casas marketing é:

A área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade. (LAS CASAS, 1991, p. 12)

A American Marketing Association (2004) define o marketing como uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado.

O programa de marketing consiste em numerosas decisões quanto às atividades de marketing. Uma maneira tradicional de descrever estas atividades é o “mix de marketing” (ou composto de marketing). O “mix de marketing” é o conjunto de ferramentas de marketing que a empresa usa para atingir seus objetivos no mercado-alvo. Essas ferramentas foram classificadas em quatro grupos amplos que denominou-se 4Ps do marketing: produto, preço, praça (ou ponto de venda) e promoção.

O produto é o que a instituição ou a unidade organizacional tem a oferecer. O preço nas unidades de informação está relacionado aos recursos alocados para o funcionamento da instituição. A praça é o lugar de venda, o local onde se efetua a troca entre fornecedor e consumidor. A promoção é divulgação que faz o produto conhecido e desejado pelo consumidor.

Conforme Hoffman e Bateson (2006) a estratégia de comunicações é um dos componentes-chave do marketing mix de serviços. No geral, a função principal da estratégia de comunicações de uma empresa de serviços é informar, persuadir ou lembrar os clientes sobre o serviço que está sendo oferecido. Não se pode esperar que os clientes usem um serviço cuja existência desconhecem; portanto, um objetivo importante da estratégia de comunicações é criar a conscientização do cliente e posicionar a oferta de serviço da empresa no conjunto de alternativas evocado pelo cliente.

Amaral (1998, p. 74) afirma que “quando a unidade de informação está orientada para o marketing, sua filosofia de atuação se volta para o atendimento, com ênfase na função de troca, mediante ações administrativas, visando os objetivos organizacionais.”

Neste trabalho abordamos o marketing, principalmente a ferramenta de promoção em unidades de informação.

3.3 Promoção e comunicação

A promoção é uma forma de comunicação persuasiva e engloba todos os elementos do composto de marketing. Assim, independentemente da orientação para o marketing, é a promoção que torna uma instituição ou uma de suas unidades, visível.

De acordo com Las Casas (1991) o composto de marketing para serviços, o item promoção refere-se à comunicação. O composto promocional é formado por várias ferramentas mercadológicas. As principais ferramentas usadas na comunicação indireta: propaganda, relações públicas e merchandising.

Um canal de comunicação que vem se intensificando e sendo muito utilizado pelo marketing é a Internet, que pode ser vista, tanto como um canal de comunicação, como de distribuição e disseminação da informação. Para Amaral (2001, p. 116) além de mecanismo de divulgação e acesso, ela também vem “multiplicando seu uso para promoção das unidades de informação, seus produtos e serviços, com o crescimento do número de *homepages* e *websites* que disponibilizam informações de grande utilidade para todos os interessados.”

3.4 *Websites* de Unidades de Informação

Os *websites* são como vitrines expondo o que se tem para oferecer, se bem projetadas e organizadas servem para atrair os clientes. Proporcionam a visibilidade dos produtos e serviços. O cliente entra para buscar o que deseja, pois acredita que encontrará além do que procura. A satisfação do cliente depende também de suas expectativas.

Para Nielsen (2000, p. 14):

o *website* torna-se a principal interface da empresa com o cliente. [...] A interface com o usuário torna-se materiais de marketing, a vitrine, o interior da loja, a equipe de vendas, tudo em um só pacote. Em muitos casos, o *site* torna-se até mesmo o produto em si.

Assim como as vitrines os *websites* devem ser constantemente atualizados e avaliados, no intuito de garantir que todos os esforços sejam direcionados à obtenção da satisfação do usuário. Enfim, a *web* é um novo meio e requer uma nova abordagem (NIELSEN, 2000).

O Conselho Nacional de Arquivos (CONARQ) tem por finalidade definir a política nacional de arquivos públicos e privados, bem como exercer orientação normativa visando à gestão documental e à proteção especial aos documentos de arquivo. Este órgão central do Sistema Nacional de Arquivos, elaborou um documento, as “Diretrizes Gerais para a Construção de *Websites* de Instituições Arquivísticas” (anexo A), com o objetivo de fornecer um referencial básico para às instituições arquivísticas interessadas em criar ou redefinir seus *websites*.

De acordo com as diretrizes gerais do CONARQ (2000), o *website* de uma instituição arquivística deve ser visto como um instrumento de prestação de serviços – dinâmico e atualizável – e não simplesmente como a reprodução de um folder institucional. Trata-se, na verdade, de um espaço virtual de comunicação com os diferentes tipos de usuários da instituição a ser gerenciado como parte da política de informação da instituição. Dado o potencial e as características da Internet, este espaço, além de redefinir as formas de relacionamento com os usuários tradicionais,

poderá atrair outros que, por várias razões, difícil ou raramente procurariam o Arquivo como realidade física.

As recomendações gerais para a elaboração de *websites* do CONARQ (2000) são divididas em três grandes grupos:

a) *conteúdo - aspectos gerais*: objetivos do site, informações sobre a instituição; adequação da linguagem; responsável pela página; sobre material protegido por *copyrighth*, entre outros;

b) *conteúdo - aspectos arquivísticos*: informações sobre acervo; instrumentos de pesquisa; serviços oferecidos; métodos de trabalho arquivístico; legislação, etc.

c) *desenho e estrutura*: domínio; mapa do *website*; mecanismos de busca; contador de acesso; utilização de recurso gráfico, entre outros.

O *website* da unidade de informação deve ser capaz de desempenhar todas as funções dessas unidades, de modo a aproveitar o potencial tecnológico da Web para ampliar o relacionamento e o atendimento dos seus diversos públicos, no cumprimento das suas funções como organização prestadora de serviços informacionais.

Amaral e Guimarães (2002) propuseram uma classificação de seis funções a serem desempenhadas pelos *websites* de unidades de informação. Nesta classificação, os *websites* são considerados instrumentos de marketing das unidades de informação, entendidas como empresas prestadoras de serviços, envolvidas com a disseminação da informação. A classificação das funções são as seguintes:

a) *função informacional*: capacidade do *website* para fornecer informações sobre a unidade de informação por meio do seu *website*, que pode ser verificada pela existência no *website* de informações tais como: nome da unidade de informação, nome da instituição mantenedora, seções da unidade de informação, equipe, notícias e novidades sobre a unidade de informação, eventos realizados pela ou na unidade de informação, missão, visão, objetivos e metas da unidade de informação, *e-mail* geral e setorial, telefone geral e setorial, número do fax, endereço físico, histórico, horário de funcionamento, normas e regulamentos, informações sobre as

instalações físicas, estatísticas, fotos e/ou imagens da unidade de informação, relação dos produtos e serviços oferecidos;

b) *função promocional*: capacidade do *website* de utilizar o potencial da Web para promover o uso da unidade de informação, dos seus recursos informacionais, inclusive o próprio *website*, por meio do uso de ferramentas promocionais da Internet existentes no *website*, tais como: selo com o logotipo da instituição, selo com o logotipo da unidade de informação, janelas *pop up* com informações sobre a unidade de informação, *banner* da unidade de informação, *webcasting*, animações, *hot site*;

c) *função instrucional*: capacidade do *website* para instruir os usuários sobre a utilização dos recursos informacionais oferecidos pela unidade de informação no ambiente tradicional e dos oferecidos por meio do *website*. O desempenho dessa função pode ser verificado com a presença no *website* de: FAQs (perguntas mais freqüentes), tutoriais sobre como usar serviços e produtos disponíveis no *website*, informações sobre como usar serviços e produtos oferecidos pela unidade de informação, mapa do site e instruções sobre o uso do *website*;

d) *função referencial*: capacidade do *website* de servir como ponto de acesso a outros recursos informacionais, ampliando o acesso à informação além do acervo da unidade de informação no seu ambiente físico tradicional. O indicador de desempenho da função é a presença de *links* para outras fontes de informação no *website*, tais como: *links* de acesso a bases de dados, *links* para mecanismos de busca, *links* para *websites* de outras bibliotecas, *links* para materiais de referência (dicionários, enciclopédias), *links* para periódicos eletrônicos, *links* para *websites* de outras instituições;

e) *função de pesquisa*: capacidade do *website* de prestar serviços e oferecer produtos, tornando-os disponíveis on-line. Pode ser verificada pela quantidade de produtos oferecidos e de serviços prestados pelo *website*, tais como: catálogo da unidade de informação on-line, lista dos periódicos assinados pela unidade de informação, serviço de empréstimo, disponibilidade de material bibliográfico on-line, serviço de reserva, serviço de referência on-line; serviço de pesquisa: serviço de buscas de informação etc.;

f) *função de comunicação*: capacidade do *website* de utilizar a interatividade na oferta de mecanismos para estabelecer relacionamentos, tais como: formulários para cadastro de usuários, formulários para coletar opinião/satisfação pelos serviços, coletar sugestões e críticas, pesquisar opinião sobre o *website*, coletar sugestão de compra e *link* para contato com a unidade de informação, do tipo fale conosco.

Sobre a importância dos *websites* Matta afirma que:

Na internet, os *websites*, como toda criação, acabam tornando-se parte da pessoa ou da organização que representam. A pessoa ou a organização representada fica sujeita a ter sua imagem pessoal ou organizacional melhorada ou prejudicada, em decorrência da impressão deixada pelos *websites*. Em virtude disso, não há espaço para que *websites* sejam mantidos de modo não profissional e sem a preocupação com as repercussões que causarão nos usuários que tiverem acesso ao *site*. (MATTA, 2007, p. 121)

Para que um *website* tenha sucesso, não se deve perder de vista que ele é um importante instrumento de promoção, com grande potencial para divulgação de informações. Sendo assim, ele deve ser muito bem planejado para realmente transmitir uma imagem positiva da instituição que representa.

4 METODOLOGIA

Este capítulo descreve os métodos e técnicas utilizados na pesquisa.

4.1 Tipo de Estudo

Este é um estudo descritivo, com abordagem quantitativa e qualitativa para a análise dos dados. Segundo Gil (1996), as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno.

4.2 População e Amostra

Devido a impossibilidade de aplicar a pesquisa em todos os arquivos públicos do Brasil, decidiu-se realizar um levantamento por amostragem não probabilística e intencional. Segundo Richardson (1999), na amostra intencional os elementos que formam a amostra relacionam-se intencionalmente de acordo com certas características estabelecidas no plano.

Os critérios utilizados para a seleção da amostra foram:

- arquivos públicos que fazem parte do Cadastro Nacional de Entidades Custodiadoras de Acervos Arquivísticos;
- arquivos públicos estaduais listados no site do Conarq com endereço de site (URL) disponíveis;
- um representante para cada estado da região Sul.

Os arquivos selecionados a partir dos critérios estabelecidos foram: o Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul; Arquivo Público do Estado de Santa Catarina e Arquivo Público do Paraná.

4.3 Instrumentos de Coleta de Dados

A técnica utilizada é a de pesquisa de campo para a obtenção das informações desta pesquisa.

A coleta de dados foi realizada através de observação sistemática do *website* do arquivo público, orientado através de um formulário de coleta de dados (apêndice A). Os critérios para esta observação foram as seguintes:

- verificar as características do *website* do arquivo;
- analisar seu conteúdo e *layout*;
- verificar a existência de instrumentos de pesquisa.

4.4 Análise dos Dados

A análise dos dados foi realizada com base na técnica da análise de conteúdo. Segundo Bardin (1977, p. 38) “[. . .] a análise de conteúdo aparece

como um conjunto de técnicas de análise da comunicação, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” .

De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo divide-se em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. A pré-análise é a fase da organização, que tem por objetivo operacionalizar e sistematizar as idéias. A exploração do material é a fase de operações de codificação, em função das regras previamente formuladas. Nesta fase realizou-se a categorização do conteúdo, que é “[. . .] uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por agrupamento segundo gênero (analogia), com os critérios previamente definidos.” (BARDIN, 1977, p. 117). Desta forma os dados coletados nesta pesquisa foram agrupados em três categorias:

- conteúdo de aspecto geral;
- conteúdo de aspecto arquivístico;
- desenho e estrutura.

A última fase da análise de conteúdo é a do tratamento dos resultados, que consiste na interpretação dos dados a propósito dos objetivos previstos. Nesta fase, algumas das respostas obtidas foram transcritas e todas as categorias relacionadas com o referencial teórico, para que assim fosse possível analisar melhor os resultados e elucidar a pesquisa.

5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Neste capítulo os dados coletados na pesquisa foram analisados e interpretados a fim de se conseguir obter respostas para as indagações da pesquisa. Participaram da pesquisa o Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul (APERS), Arquivo Público do Estado de Santa Catarina (APESC) e Arquivo Público do Paraná (APPR).

Foram analisados nos *websites* elementos referentes ao conteúdo (em aspectos gerais e arquivísticos), assim como ao desenho e estrutura.

5.1 Conteúdo – aspectos gerais

Para Matta (2007) três aspectos relativos à informação disponibilizada em *websites* devem ser observados durante sua elaboração e manutenção para que eles desempenhem seu papel como instrumento de promoção de forma efetiva. Estes aspectos são: os aspectos visuais, textuais e tecnológicos da informação disponível em *websites*.

As informações sobre a instituição aparecem em todos os três arquivos pesquisados, em alguns casos com maior riqueza de detalhes.

No *website* do Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul (APERS) no *link* “Quem Somos” aparece uma breve apresentação do arquivo (Figura 1) onde são destacados os seus objetivos, o histórico da instituição, o endereço e horário de expediente também são informações que aparecem neste *link*, além do mapa de localização para facilitar a chegada ao arquivo.



Figura 1 – Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul (APERS) - Apresentação

O Arquivo Público do Estado de Santa Catarina (APESC) na sua página principal (Figura 2) faz uma breve apresentação do arquivo, seu histórico, seus objetivos e estrutura organizacional, além de informar o endereço da instituição.



Figura 2 – Arquivo Público do Estado de Santa Catarina (APESC) - Página Principal

O Arquivo Público do Paraná (APPR) no menu institucional (Figura 3) oferece três *links*: “Apresentação” no qual apresenta a história do arquivo, a sede atual, o espaço cultural e disponibiliza um vídeo institucional; “Estrutura” apresenta equipe, o organograma e o regimento da instituição; “Atendimento e localização” informa o horário de atendimento, endereço e o mapa de localização do arquivo.



Figura 3 – Arquivo Público do Paraná (APPR) - Apresentação

As informações sobre os serviços prestados, aparecem em vários locais nos *websites*. O único que apresenta um *link* no menu principal denominado “Serviços” é o APPR (Figura 4). Os serviços oferecidos neste *link* são: Pesquisa em Diário Oficial do Estado; Pesquisa em Documentos Históricos; Solicitação de Emissão de Documentos; Reprodução de Documentos; Modelos de Documentos adotados pela Administração Pública.



Figura 4 – APPR - Serviços

O APERS lista os serviços de atendimento ao cidadão; atendimento ao pesquisador; Políticas de Arquivo para o Estado. Os detalhes sobre as formas de atendimento aparecem no *link* “Balcão Virtual” (Figura 5).

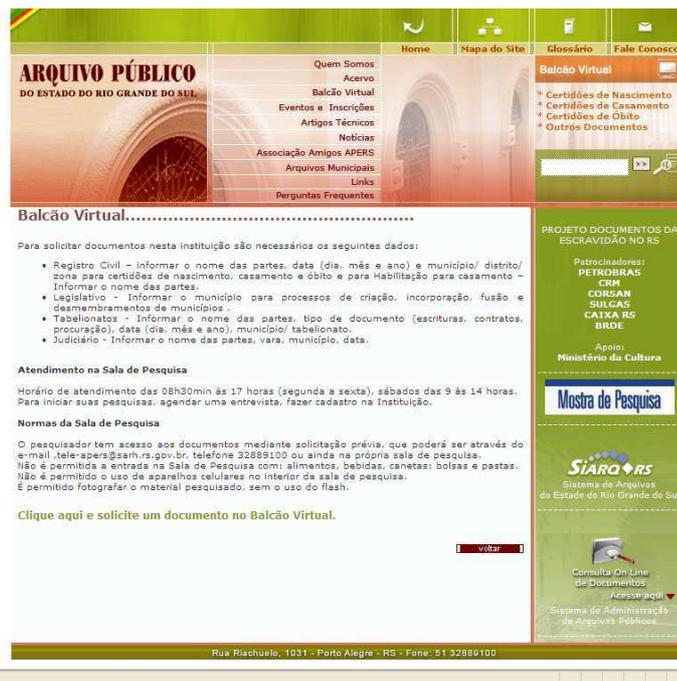


Figura 5 – APERS - Balcão Virtual

O APESC apresenta os serviços no *link* “Regulamento de consulta” (Figura 6) e aborda principalmente as normas para o atendimento.



Figura 6 – APESC – Regulamento de Consulta

Todos os arquivos informam o *e-mail* para contato com a instituição, porém o APPR é o único que disponibiliza o item “Fale conosco” (Figura 7) como formulário *on-line* para contato com seus usuários.

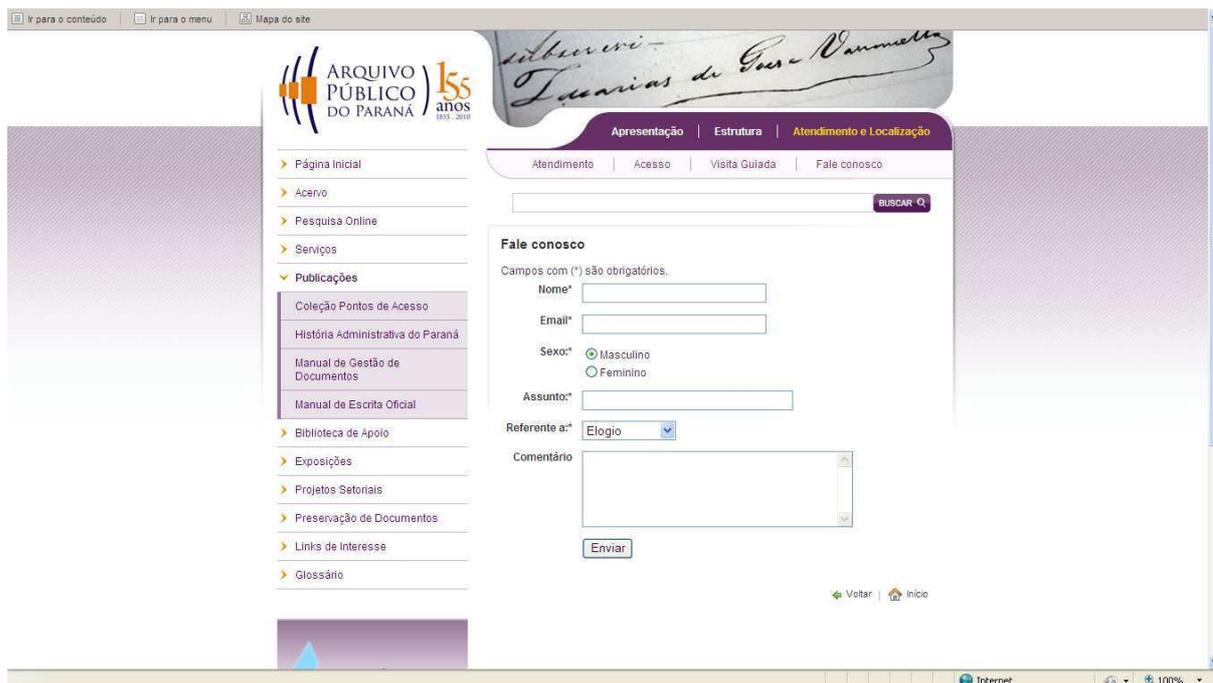


Figura 7 – APPR - Fale Conosco

O item “*Links de Interesse*” ou simplesmente “*Links*” aparecem em todos os sites. O APERS divide os *links* em arquivos, associações e parceiros; o APESC em arquivos e bibliotecas, endereços de instituições e projetos relacionadas com preservação de acervos, arquivos públicos dos estados; e o APPR em arquivos e bibliotecas, museus, centro de documentação, arquivos públicos estaduais e arquivos públicos municipais.

Alguns *websites* apresentam informações sobre programas e projetos da instituição entre outros diferenciais que possuem. O APERS (Figura 8) apresenta informações sobre o projeto “Mostra de pesquisa” e cita o “Projeto documentos da escravidão no RS”. O APPR apresenta informações sobre os Projetos Setoriais; Programa de Preservação de Documentos, a Biblioteca de apoio; Exposições. Estes arquivos também oferecem o serviço de “Visita guiada” à instituição.

ARQUIVO PÚBLICO
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Home | Mapa do Site | Glossário | Fale Conosco

Quem Somos
Acervo
Balcão Virtual
Eventos e Inscrições
Artigos Técnicos
Notícias
Associação Amigos APERS
Arquivos Municipais
Links
Perguntas Frequentes

Balcão Virtual
* Certidões de Nascimento
* Certidões de Casamento
* Certidões de Óbito
* Outros Documentos

Notícias.....
Cronograma de Apresentações - VIII Mostra de Pesquisa do APERS
Cronograma de Apresentações - VIII Mostra
XIII Convocatória de Projetos Arquivísticos do Programa ADAI
A Convocatória tem por objetivo conceder ajudas a Arquivos e
Prêmio de Pesquisa Memórias Reveladas - Edição 2010
O Prêmio de Pesquisa Memórias Reveladas -

Agende sua Visita Guiada.....
Visita Guiada no Conjunto Arquitetônico

Responsável:
E-mail:
Data Prevista:
Fone:
Assunto:
Nº Pessoas:

Eventos.....

Artigos.....
VII Mostra de Pesquisa do APERS - 20/11/2009
O controle de acesso - 01/10/2009
O controle de acesso na percepção dos profissionais de

PROJETO DOCUMENTOS DA ESCRAVIDÃO NO RS
Patrocinadores:
PETROBRAS
CRM
CURSAR
SULCAS
CAIXA RS
BRDE
Apoio:
Ministério da Cultura

Mostra de Pesquisa

SIARORS
Sistema de Arquivos do Estado do Rio Grande do Sul

AP
Sistema de Administração de Arquivos Públicos
Sistema de Administração de Arquivos Públicos

Rua Raschuelo, 1031 - Porto Alegre - RS - Fone: 51 32889100

Internet 100%

Figura 8 – APERS - Página Principal

5.2 Conteúdo – aspectos arquivísticos

As características gerais do acervo são apresentadas em todos os *websites*. O Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul no *link* “Acervo” (Figura 9) apresenta os acervos constituídos de documentos referentes ao Poder Judiciário, Poder Executivo, Tabelionatos, Registro Civil e Poder Legislativo. Para cada acervo disponibiliza um arquivo relacionado (.pdf) que informa o nome de cada fundo, código do fundo, data inicial e final de cada fundo.



Figura 9 – APERS - Acervo

O APERS além de possibilitar a pesquisa sobre os fundos citada anteriormente, disponibiliza outro instrumento de pesquisa on-line a “Consulta ao Acervo de Documentos Públicos” (Figura 10).



Figura 10 – APERS – Consulta On-line de Documentos

O Arquivo Público do Estado de Santa Catarina apresenta a composição do acervo no item “Regulamento de Consulta – Admissão” (Figura 11) e na “Consulta à Biblioteca e Acervo” permite a pesquisa a 22 fundos descritos no catálogo *on-line* (Sistema de Biblioteca e Acervo do Arquivo Público do Estado).



Figura 11 – APESC - Acervo

O APESC disponibiliza no *link* “Publicações” o “Catálogo de Instrumentos de Pesquisa” (arquivo em .pdf), onde lista todos os instrumentos de pesquisa (catálogos, índices e inventários do acervo do Arquivo Público) que já foram publicados em versão impressa. Como instrumento de pesquisa *on-line* o *site* oferece um catálogo *on-line* o “Sistema de Biblioteca e Acervo do Arquivo Público do Estado” (Figura 12) onde é possível pesquisar os fundos do arquivo.

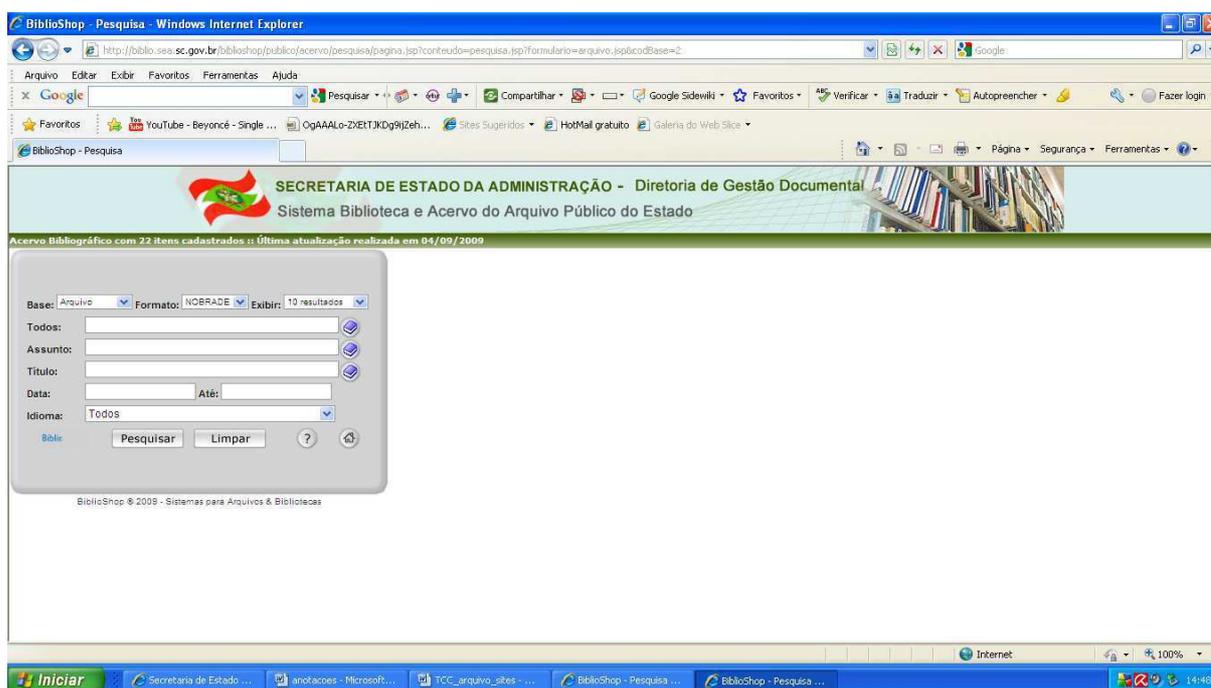


Figura 12 – APESC - Sistema de Biblioteca e Acervo do Arquivo Público do Estado

O acervo do Arquivo Público do Paraná é apresentado no *link* “Acervo” e os fundos detalhados na “Pesquisa Online – Guia de Fundos” (Figura 13).

O APPR oferece instrumentos de pesquisa *on-line* no *link* de mesmo nome. Estão disponíveis as seguintes pesquisas: Guia de Fundos; Cadastro de Registro de Imigrantes; DOPS - Série Pastas Temáticas; Mensagens de Governo; Relatórios de Governo; Relatórios de Secretários de Estado.



Figura 13 – APPR - Guia de Fundos

De acordo com as diretrizes do CONARQ (2000) os *websites* de arquivos devem apresentar os métodos de trabalho arquivístico. Este item aparece de forma clara no APPR que disponibiliza o “Manual de Gestão Arquivística” para *download* no *link* “Publicações” (Figura 14). O APESC apresenta no *link* “Gestão documental” as informações sobre o conceito de gestão documental, legislação, código de classificação e tabela de temporalidade. Já o APERS não apresenta estas informações de maneira tão explícita no seu *website*.

Ainda conforme as orientações do CONARQ (2000) devem constar nos *websites* de arquivos informações sobre legislação arquivística, regras gerais de acesso e modalidades de atendimento. Todos os arquivos apresentam os dois últimos itens, já a legislação arquivística é citada por todos, mas somente APPR disponibiliza o seu regimento para *download* e o APESC as leis e instrumentos normativos. Outras informações que também são sugeridas como glossário e publicações, aparecem somente nos *websites* do APERS e APPR.



Figura 14 – APPR - Publicações

5.3 Desenho e estrutura

A forma e a apresentação do *websites* são aspectos que devem ser considerados na sua elaboração, já que estes são muitas vezes definitivos na comunicação com seus usuários. Um *website* atrativo é uma excelente forma de promoção da instituição.

Dos arquivos pesquisados dois possuem domínio próprio: Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul (www.apers.rs.gov.br) e Arquivo Público do Paraná (www.arquivopublico.pr.gov.br). Já o Arquivo Público do Estado de Santa Catarina faz parte do *website* da Secretaria de Administração do Estado (www.sea.sc.gov.br), sendo o único que não segue a recomendação do CONARQ (2000) que sugere para

a formação do domínio nomes que identifiquem o arquivo e o uso do domínio .gov.br, no caso do arquivo público.

Todos os *websites* de arquivos pesquisados apresentam “Mapa do Site” e mecanismo de busca. Porém nenhum deles apresenta contador de acessos, opção de seleção de idioma e salas de *chat*.

O APESC e APPR indicam os responsáveis pelo desenvolvimento do *website* e data de criação. Porém nenhum dos websites apresenta a data de última atualização.

Os formulários eletrônicos *on-line* para solicitação de serviços são pouco utilizados. Na APERS é oferecido para agendar visitadas guiadas e solicitar documentos no “Balcão Virtual” (Figura 15); no APPR no *link* “Fale Conosco” para entrar em contato com o arquivo (sugestões, reclamações e etc.) e no *link* “Serviços - Solicitação de emissão de documentos”; e no APESC é disponibilizado um formulário de “Atendimento à distância” no *link* “Regulamento de Consulta – Acesso à Consulta”.

Os *websites* praticamente não apresentam ilustrações, uma das únicas exceções é o arquivo do Paraná que mostra fotos da instituição e algumas outras imagens.

The image shows a screenshot of the APERS website's 'Balcão Virtual' (Virtual Counter) form. The form is titled 'Formulário' and contains the following fields and options:

- Nome do Solicitante:** Text input field.
- Fone:** Text input field.
- Email:** Text input field.
- Tipo de solicitação:** Dropdown menu with 'Escolha um tipo' selected.
- Especifique aqui se você escolheu OUTROS:** Text input field.
- Município:** Text input field.
- Zona/Cartório:** Text input field.
- Data da Ocorrência do Fato:** Date selection field.
- Partes Envolvidas:** Text input field.

At the bottom of the form are two buttons: 'enviar' (send) and 'voltar' (back). The website header includes 'ARQUIVO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL' and a navigation menu with links like 'Home', 'Mapa do Site', 'Glossário', and 'Fale Conosco'. A sidebar on the right lists 'Balcão Virtual' services such as 'Certidões de Nascimento', 'Certidões de Casamento', 'Certidões de Óbito', and 'Outros Documentos'. The footer contains contact information: 'Rua Riachuelo, 1031 - Porto Alegre - RS - Fone: 51 32889100'.

Figura 15 – APERS - Formulário Balcão Virtual

O APPR (Figura 16) e o APERS apresentam as “Notícias” do arquivo na página principal e o *link* “Notícias” aparece somente no APESC e APERS.



Figura 16 – APPR - Página Principal

O Arquivo Público do Estado do Rio Grande do Sul e o Arquivo Público do Paraná apresentam com destaque o nome da instituição no *website*, além de apresentar o seu endereço no rodapé da página. Ao contrário do Arquivo Público do Estado de Santa Catarina onde o nome de destaque é da Secretaria a qual pertence.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento de novas tecnologias nos últimos anos tem modificado vários segmentos da sociedade, principalmente no que diz respeito à comunicação entre as pessoas. Como o arquivo público não deve ser alheio ao que ocorre na sociedade na qual está inserido, estas mudanças também tem reflexo nas suas instituições e nos seus serviços. Sendo assim estar presente no ambiente da *web* é uma necessidade da sociedade atual.

Os arquivos que fizeram parte desta pesquisa apresentaram nos seus *websites* a maioria das recomendações sugeridas pelo CONARQ (2000) para as informações referentes ao conteúdo (geral e arquivístico), o que não ocorreu em relação ao desenho e estrutura do *website* que teve poucos elementos atendidos. O único *website* que ficou um pouco aquém é o do Arquivo do Estado de Santa Catarina que além de não ter seu próprio *website* (ele pertence ao *website* da Secretaria de Administração do Estado), apresenta as informações de maneira confusa e com uma disposição que dificulta a sua localização, o que acaba por prejudicar a imagem que se tem do arquivo.

Das funções descritas por Amaral e Guimarães (2002) que os sites de unidades de informação podem desempenhar, somente a função informacional foi realmente atendida. A função promocional e de comunicação ainda tem muito que ser exploradas pelos *websites* dos arquivos.

Um *website* deve ser atraente, relevante e atualizado para atrair visitas e ajudar a promover a instituição. Os arquivos precisam mudar sua forma de atuar, e adotar as novas tecnologias e técnicas de marketing para ampliar e melhorar sua presença na *web*, assim divulgando e promovendo suas instituições.

O *website* é uma ferramenta que pode e deve ser mais explorada pelos arquivos diante da infinidade de recursos e formas de se disponibilizar informações, além de estar associado a uma imagem de modernidade e agilidade.

O primeiro passo já foi dado pelos os arquivos públicos, pelo menos no Sul do país eles já estão presentes no ambiente da *web*. A presença ainda é modesta, em alguns casos serve apenas para fazer referência ao seu ambiente tradicional, ou seja, sua unidade física, mas isto já é um começo. Porém devemos lembrar que os *websites* são úteis para promover os arquivos e se comunicar com seus públicos e não simplesmente marcar presença neste novo ambiente.

Enfim, os arquivos públicos devem dar maior atenção aos seus *websites*, se preocuparem não só com as informações disponibilizadas, mas também com o seu *layout*. É necessário aumentar a interação com os seus usuários, envolver a sociedade nos seus projetos, para assim cumprir a sua função social, promover e divulgar a imagem desta instituição que é considerada um “lugar de memória” em nossa sociedade.

REFERÊNCIAS

ALBERCH, Ramón. Imagen, marketing y comunicación. In: ALBERCH, Ramón et al. **Archivos y cultura**: manual de dinamización. Gijón: Trea, 2001. p. 27-44.

AMARAL, Sueli Angelica do. **Marketing**: abordagem em unidades de informação. Brasília: Thesaurus, 1998.

AMARAL, Sueli Angelica do. **Promoção**: o marketing visível da informação. Brasília: Thesaurus, 2001.

AMARAL, Sueli Angélica do. Websites de Unidades de Informação como ferramentas de comunicação com seus públicos. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, n.26, 2008. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewPDFInterstitial/7195/664>>. Acesso em: 28 abr. 2009.

AMARAL, Sueli Angelica do; GUIMARÃES, Tatiara Paranhos. Funções dos sites das bibliotecas universitárias do Distrito Federal. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 20., 2002, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2002. 1 CD-ROM.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. **Dictionary of marketing terms**. 2004. Disponível em: <<http://www.marketingpower.com>>. Acesso em: 06 jun. 2010.

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. **Arquivos permanentes**: tratamento documental. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS (CONARQ). **Diretrizes gerais para a construção de *websites* de instituições arquivísticas**. 2000. Disponível em: <<http://www.conarq.arquivonacional.gov.br>>. Acesso em: 26 maio 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 1991.

KOTLER, Philip. **Marketing essencial**: conceitos, estratégias e casos. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 4.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

MATTA, Rodrigo Octávio Beton. Marketing e websites: recomendações para produzir e disponibilizar informações. In: AMARAL, Sueli Angelica do (Org.). **Marketing na ciência da informação**. Brasília: UnB, 2007. p. 121-132.

NAVARRO, Natalia. Difusión y tecnologías de la información. In: ALBERCH, Ramón et al. **Archivos y cultura**: manual de dinamización. Gijón: Trea, 2001. p. 135-158.

NIELSEN, Jakob. **Projetando websites**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Proj. História**, São Paulo, n. 10, p. 7-28, dez. 1993.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, Vanderlei Batista. Arquivos institucionais como unidade de informação: uma questão de marketing? **Cenário Arquivístico**, Brasília, v. 2, n.2, p. 33-47, jul./dez. 2003.

APÊNDICE A– Formulário de coleta de dados

Formulário de coleta de dados

Nome do Arquivo: _____

Itens	Sim/Não	Descrição
informações sobre a instituição (apresentação, histórico, endereço, e-mail, etc.)		
informações sobre os serviços prestados		
<i>links</i> interessantes		
informações sobre programas, planos, projetos etc.		
acervo		
instrumentos de pesquisa		
estrutura de funcionamento do atendimento ao usuário		
serviços arquivísticos prestados		
métodos de trabalho arquivístico		
legislação arquivística, regras gerais de acesso e modalidade de atendimento		
domínio		
mapa do website;		
utilização, opcional, de outro idioma;		
mecanismo de busca do <i>website</i> ;		
contador de acessos ao <i>website</i> ;		
data de criação/atualização do <i>website</i> ;		
indicação de responsável pelo website;		
utilização de uma seção "Novidades" e/ou "Notícias"		
utilização de instrumentos de pesquisa <i>on-line</i>		
utilização de formulários eletrônicos <i>on-line</i>		
salas de <i>chat</i>		
ilustrações		

Outras informações: _____

**ANEXO A – Diretrizes Gerais para a Construção de
Websites de Instituições Arquivísticas**

CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS dezembro/ 2000
Diretrizes gerais para a construção de websites de instituições arquivísticas

**CONSELHO NACIONAL DE ARQUIVOS
CONARQ**

**DI RETRI ZES GERAIS PARA A CONSTRUÇÃO DE *WEBSI TES*
DE INSTITUIÇÕES ARQUIVÍSTICAS**

**DEZEMBRO
2000**

DI RETRIZES GERAIS PARA A CONSTRUÇÃO DE WEBSITES DE INSTITUIÇÕES ARQUIVÍSTICAS

1. Introdução

Este documento resulta de uma iniciativa do Conselho Nacional de Arquivos com a finalidade de operacionalizar uma das recomendações da Mesa Redonda Nacional de Arquivos, realizada em julho de 1999: “constituir grupo de trabalho para elaborar normas sobre a criação de *sites* de instituições arquivísticas”. Em novembro de 1999 foi designada, para esse fim, uma Comissão Especial,¹ formada por Carlos Augusto Silva Ditadi e Maria Isabel Falcão (Arquivo Nacional), Carmen Tereza Coelho Moreno (Biblioteca Nacional), Sandra Rebel Gomes e José Maria Jardim (Universidade Federal Fluminense), este como presidente.

Ao longo de 12 meses, a comissão procurou definir e viabilizar uma metodologia e agenda compatíveis com a tarefa que lhe foi destinada. De imediato, foram abordados aspectos teóricos e operacionais relativos à dimensão virtual dos arquivos e suas diversas implicações. Esse esforço de balizamento forneceu elementos para futuras incursões no tema, suscitando, paralelamente, uma maior precisão nas diretrizes propostas.

Uma etapa inicial das atividades da comissão foi o levantamento da literatura a respeito de *websites* de instituições arquivísticas. Apenas um artigo sobre o tema foi localizado,² apesar da crescente literatura arquivística sobre arquivos virtuais. Há, porém, diversos estudos sobre a avaliação de *websites* em geral, especialmente de administrações públicas norte-americanas. Tais estudos forneceram indicadores fundamentais para o trabalho desenvolvido. Mais recentemente um folder do Ministério do Planejamento³ veio também contribuir para a sua elaboração.

Este documento não pretende ser um manual para a construção de *websites de instituições arquivísticas*. Seu objetivo é fornecer um referencial básico às instituições arquivísticas interessadas em criar ou redefinir seus *websites*. Algumas diretrizes sugeridas refletem soluções já consolidadas em diversas experiências, enquanto outras dizem respeito a aspectos emergentes na construção de *websites*. A especificidade de cada instituição interessada em produzir ou redefinir seu *website* poderá levar à adoção do conjunto destas diretrizes ou parte delas.

As diretrizes propostas têm como ponto de partida a gestão da informação, sem negligenciar os conhecimentos específicos de *web designer*. Apesar da expectativa deste documento ser útil a *webmasters*, buscou-se produzir um instrumento que sobretudo auxilie os gestores de instituições arquivísticas. Procurou-se, por outro lado, um resultado que favoreça o necessário diálogo entre esses profissionais quando da implementação de um *website* de uma instituição arquivística.

¹ Portaria nº 37 de 8 de novembro de 1999.

² Archives and Internet Group. *Writing Web Pages Guidelines for Archivists*. <http://www.hmc.gov.uk/>. 27 de janeiro de 2000. Adaptado para a especificidade dos arquivos espanhóis por RODRÍGUEZ, David. “Crear páginas web. Guía básica para archiveros”. Em *Boletín de la ANABAD*. Madrid, v. 48, nº 1, 1998.

³ BRASIL. Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão. *Guia de desenvolvimento de websites na administração federal*. Edições E-Gov – folders. <http://www.governoeletronico.gov.br>.

Além dos tópicos relativos à construção de *websites* arquivísticos, a bibliografia e os endereços de instituições arquivísticas na Internet, citados nos itens 7 e 8, poderão oferecer à comunidade arquivística uma maior abrangência sobre o tema. Espera-se que as indicações de glossários sobre Internet em português possam facilitar o percurso de leitores menos familiarizados.

Tendo em vista o alto grau de obsolescência tecnológica atual, um documento como este é inevitavelmente de natureza modificante. Assim, serão bem-vindas e apreciadas as sugestões da comunidade arquivística que possam incentivar novas versões quando se fizerem necessárias.

2. Arquivos e Internet

A Internet brasileira ocupa o 14^o lugar no mundo. De maneira geral, os números da Internet no Brasil representam 50% dos totais da América Latina. Estima-se que existam hoje no país cerca de 3,8 milhões de computadores conectados à Internet. Mantido o ritmo atual de crescimento, prevê-se que esse número dobrará em menos de quatro anos.⁴

Conforme pesquisa apresentada por José Maria Jardim na Mesa Redonda Nacional de Arquivos, foram identificadas⁵ 13 instituições arquivísticas públicas brasileiras na Internet: Arquivo Nacional; Arquivos Estaduais da Bahia, Ceará, Espírito Santo, Pernambuco, Pará, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, São Paulo; Arquivo do Distrito Federal e Arquivos Municipais do Rio de Janeiro e Salvador.

Em levantamento semelhante realizado em julho de 1996 pelo mesmo autor, constatou-se a presença de apenas três instituições na Internet. Apesar da escassa quantidade de instituições arquivísticas públicas presentes na Internet, observou-se um aumento de cerca de 300% em três anos.

Os *websites* dessas instituições foram analisados privilegiando-se alguns indicadores relacionados à questão da acessibilidade. O quadro a seguir sintetiza a análise dos dados coletados em termos quantitativos:

Informações / Serviços	%
sobre o acervo	100%
sobre os instrumentos de pesquisa	30%
instrumento de pesquisa <i>on-line</i>	38%
instrumento de pesquisa <i>on-line</i> em base de dados ⁶	15%
outras bases de dados	0%
sobre serviços disponíveis aos usuários ⁷	76%
atendimento ao usuário via <i>e-mail</i> ⁸	8%

⁴ Brasil. Ministério da Ciência e Tecnologia. Programa Sociedade da Informação no Brasil. *Livro verde*, 2000.

⁵ Levantamento realizado entre 7 e 10 de junho de 1999.

⁶ Nesse caso, o usuário pode realizar buscas por assunto, data, local, nomes, etc.

⁷ Não se trata do acesso do usuário às informações arquivísticas, mas a outros serviços complementares a esta atividade: solicitação de cópias de documentos, aquisição de publicações etc.

⁸ Trata-se não apenas do *e-mail* da instituição divulgado no *website*, mas da oferta desse *e-mail* ao usuário, de forma explícita, para solicitação de serviços.

contador de acessos ao <i>site</i>	54%
última atualização do <i>site</i>	15%
<i>links</i> arquivísticos	39%
mapa do <i>site</i>	0%
mecanismo de busca do <i>site</i>	0%

Além da importância de se ampliar a disponibilidade de informações arquivísticas na Internet, esse quadro revelou a necessidade de otimização da Internet pelos arquivos públicos brasileiros.

Fica evidente a importância dos arquivos públicos fornecerem mais informações sobre seus instrumentos de pesquisa e a importância de se utilizar o correio eletrônico como um efetivo mecanismo de transferência de informação e prestação de serviços ao usuário. É significativo que 38% das instituições disponibilizem instrumentos de pesquisa disponíveis on-line, ainda que não permitam buscas com maiores teores de interatividade (por assunto, local, data etc.). Apenas 15% dos arquivos públicos pesquisados oferecem este tipo de busca. Em sites de maior escala, oferecer um mapa e um mecanismo de busca ao usuário favorece a pesquisa. Esses dispositivos inexistem até o momento no universo pesquisado.⁹

Por outro lado, crescem no Brasil as perspectivas de ampliação das instituições arquivísticas na Internet. O *Livro verde* do Programa Sociedade da Informação no Brasil prevê que:

Os arquivos, bibliotecas, museus e centros de documentação cumprirão papel estratégico. Viabilizarão, para pessoas e comunidades não diretamente conectadas, o acesso público, gratuito e assistido aos conteúdos da Internet. Reproduzirão, na Internet, a função de operar coleções de conteúdos organizados segundo metodologias e padrões de seleção e qualidade.

[...] Para a sociedade da informação que queremos construir:

É preciso facilitar o acesso aos acervos culturais nacionais. O acesso, para os cidadãos, à produção artística, cultural e científica de nossas instituições – bibliotecas, arquivos, museus, coleções particulares etc. – deve ser facultado em formato digital para permitir consultas de forma mais fácil e eficiente (item 5.3).

Neste quadro de reconhecimento da dimensão virtual dos arquivos, e de novos espaços de transferência e uso da informação, a construção e gerência de *websites* passa a ser uma atividade indispensável nas instituições arquivísticas.

3. Aspectos a considerar na concepção do *website*

⁹ José Maria Jardim. *O acesso à informação arquivística no Brasil: problemas de acessibilidade e disseminação*. Vale mencionar a iniciativa de algumas instituições que disponibilizam informações de interesse da comunidade arquivística, minimizando assim os problemas de circulação de informações na área. Além do Arquivo Nacional, cabe citar, entre outros, o Departamento Estadual de Arquivo Público (Paraná) que disponibiliza o seu *Manual de gestão de documentos*. [Http://www.pr.gov.br/celepar/sead/deap/](http://www.pr.gov.br/celepar/sead/deap/)

O *website* de uma instituição arquivística deve ser visto como um instrumento de prestação de serviços – dinâmico e atualizável – e não simplesmente como a reprodução de um folder institucional. Trata-se, na verdade, de um espaço virtual de comunicação com os diferentes tipos de usuários da instituição a ser gerenciado como parte da política de informação da instituição. Dado o potencial e as características da Internet, este espaço, além de redefinir as formas de relacionamento com os usuários tradicionais, poderá atrair outros que, por várias razões, difícil ou raramente procurariam o Arquivo como realidade física.

3.1 Ações prévias

- avaliar os fatores que justificam a criação do *website*;
- identificar os objetivos que se pretende alcançar com o *website*;
- verificar a capacidade de criação e gestão do *website* pela instituição, identificando recursos financeiros, técnicos e humanos para acompanhamento, desenvolvimento, atualização e promoção do *website*;
- avaliar a possibilidade de uso de recursos humanos externos para viabilizar a criação e gestão do *website*, caso a própria instituição não disponha de condições para tal;
- garantir, preferencialmente, um ou mais responsáveis técnicos, que respondam pelas questões de conteúdo, ambiente físico, plataforma operacional, atualizações, segurança e gerenciamento de informações;
- considerar a possibilidade de compartilhamento de redes de dados com outras entidades;
- avaliar *websites* nacionais e internacionais com objetivos semelhantes;
- verificar a existência de normas para concepção e gestão de *websites* emitidas por órgão autorizado na esfera governamental da instituição;
- verificar a concepção de *websites* existentes na esfera governamental da instituição;
- analisar normas e recomendações em vigor, voltadas para o atendimento ao público, otimizando-as naquilo que for necessário; caso não existam, providenciar a elaboração e adoção de tais normas;
- identificar o(s) usuário(s) da instituição e potenciais usuários do *website*;
- identificar os serviços que poderão ser oferecidos via Internet imediatamente e a longo prazo;
- estimar possíveis impactos que a criação do *website* poderá causar nos serviços tradicionais da instituição;
- avaliar a potencial capacidade de resposta da instituição às demandas dos usuários através da Internet;
- considerar as possíveis restrições de acesso aos documentos – questões legais, preservação, privacidade, organização dos conjuntos documentais etc.;

- prever mecanismos de avaliação interna e externa do funcionamento do *website*.

A *concepção do website* deve prever sua utilidade para usuários de áreas como:

- atendimento ao cidadão;
- educação;
- pesquisa científica;
- atendimento ao governo.

Os usuários dessas áreas poderão ser contemplados via Internet mediante formas de atendimento gerais e específicos, voltados às suas demandas.

4. Conteúdo, desenho e estrutura dos *websites*: recomendações gerais

Alguns cuidados na elaboração do *website* facilitam a navegação do visitante. Há elementos relativos a *conteúdos* gerais e especificamente arquivísticos e aqueles referentes a *desenho e estrutura* do *website*.

Estes aspectos encontram-se profundamente inter-relacionados e sob as características da dinâmica inerente à Internet no que se refere às constantes alterações nas informações dos *websites* (ainda que em ritmo diferenciado segundo o tipo de instituição) e nas próprias tecnologias da informação.

4.1 Conteúdo – aspectos gerais:

- informações sobre os objetivos do *website*;
- informações sobre a instituição: histórico, competências, estrutura organizacional, programas de trabalho, quadros diretores (*e-mails* e telefones), endereço físico da instituição e formas de acesso;
- informações sobre os serviços prestados via *web*, por correspondência ou no local;
- adequação da linguagem utilizada, evitando-se termos técnicos pouco conhecidos;
- informações sobre a existência de conteúdos do *website* (relatórios, manuais, normas, imagens etc.) em documentos impressos (e, nesse caso, como tais documentos podem ser obtidos);
- informações sobre material protegido por *copyright*;
- informações sobre o responsável pelo conteúdo da página (incluindo seu *e-mail*);
- *links* atualizados, relacionados à administração pública na qual se insere a instituição arquivística;
- informações sobre programas, planos, projetos e relatório anual da instituição (possibilitando o *download*, conforme critérios da instituição);

- utilização de normas técnicas de citação vigentes.

4.2 Conteúdo – aspectos arquivísticos. Informações sobre :

- acervo (características gerais, datas-limites, quantidade, tipologia etc.);
- instrumentos de pesquisa (instrumentos de pesquisa *on-line*, instrumento de pesquisa *on-line* em base de dados, instrumentos de pesquisa não disponíveis *on-line*, outras bases de dados);
- estrutura de funcionamento do atendimento ao usuário: horário de funcionamento, formas de atendimento;
- serviços arquivísticos prestados (obtenção de cópias de documentos, p. ex.) tanto no local como via *e-mail* (não se trata do *e-mail* do *webmaster*, mas sim do responsável pelo atendimento ao usuário);
- métodos de trabalho arquivístico; arranjo e descrição dos documentos, avaliação e transferência, emprego de tecnologias da informação etc.;
- legislação arquivística (regras gerais de acesso, restrições, privacidade, possibilitando o *download* desses documentos, conforme critérios da instituição), modalidades de atendimento, tempo previsto de resposta etc.;
- além das informações anteriores, outros recursos podem ser oferecidos no *website*:
 - biblioteca virtual sobre temas arquivísticos;
 - glossário de termos arquivísticos;
 - perguntas e respostas (FAQ – *Frequently Asked Questions*) sobre temas arquivísticos;
 - *links* arquivísticos (atualizados);
 - publicações arquivísticas (possibilitando o *download*, conforme critérios da instituição).

4.3 Desenho e estrutura

A acessibilidade e facilidade de navegação no *website* devem ser privilegiadas, oferecendo-se ao usuário mecanismos e informações como :

- domínio: Sugere-se o uso do domínio **.gov.br**, no caso dos arquivos públicos. Para a formação do nome de domínio, devem ser utilizados nomes que identifiquem o serviço com o órgão que o disponibiliza. O uso do domínio .gov é importante também sob o aspecto da segurança. É recomendável evitar o uso de siglas, quando elas não são conhecidas do público. Quando do uso de siglas, privilegiar a que seja mais conhecida do público;¹⁰
- mapa do *website*;

¹⁰ A FAPESP é a instituição autorizada a registrar os pedidos de domínio na Internet do Brasil: <http://www.fapesp.br>, ver também o Comitê Gestor da Internet Brasil (informações completas sobre registro de domínios) em <http://www.cg.org.br/dominios/index.htm>

- mecanismo de busca do *website*;
- contador de acessos ao *website*;
- data de criação do *website*;
- data da última atualização do *website* e das suas respectivas páginas;
- mudanças na URL do *website*;
- indicação de responsável pelo *website* e seu *e-mail*;
- utilização de uma seção do tipo "Novidades", indicando mudanças recentes no *website* (de conteúdo ou formato);
- precisão gramatical e tipográfica;
- legibilidade de gráficos com dados estatísticos e outras imagens;
- garantias de segurança no acesso quando da transmissão de dados, especialmente os de caráter sigiloso ou aqueles relativos à privacidade do usuário;
- utilização, opcional, de outro idioma;
- utilização de um menu de navegação (*toolbar*) em todo o *website*;
- utilização de instrumentos de pesquisa *on-line* em dois níveis (um geral – com poucos campos de preenchimento – e outro para usuários mais especializados);
- utilização de formulários eletrônicos *on-line* para solicitação de serviço;
- salas de *chat*, possibilitando a programação de reuniões informais sobre temas específicos com usuários de diversas áreas;
- utilização, em todas as áreas do *website*, da opção de **voltar** para a página anterior e/ou página principal, desvinculada das funções do *browser* utilizado pelo usuário;
- utilização de imagens de baixa resolução e pequenas dimensões (*thumbnail images*) com a opção de acesso às imagens ampliadas e com maior resolução;
- utilização de *download* para disponibilizar – de forma compactada – documentos institucionais de grande dimensão (em formatos TXT,¹¹ RTF,¹² ou PDF¹³).
- instruções para facilitar o *download*: especificações sobre tamanho do arquivo, formato(s);
- opção de navegação do *website* sem imagens ou animações (tornando mais rápido o acesso);¹⁴
- utilização de leiautes de fundo simples;

¹¹ TXT – Arquivo texto.

¹² RTF – Rich Text Format.

¹³ Portable Document Format. Trata-se do formato mais freqüentemente utilizado. Para visualizar os documentos nesse formato, é necessário o Adobe Acrobat Reader, disponível em: <http://www.adobe.com>. Em português, versão 4.0, Windows 95 (5.454 Kb), pode ser obtida em <http://www.redegoverno.gov.br>.

¹⁴ Essa possibilidade pode ser viabilizada pelo *browser*. No entanto, considera-se oportuno assegurar essa opção ao usuário no próprio *website*.

- adequação no uso de *frames* (com alternativa para o não uso desse recurso);
- opção de versão textual no caso de uso de som (entrevistas, discursos etc.);
- adequação dos títulos das páginas, facilitando a compreensão dos conteúdos;
- utilização de ilustrações que efetivamente valorizem e auxiliem os objetivos do *website*;
- utilização de recurso gráfico visível na menção da URL dos *links* citados.

Na concepção do *website*, evitar:

- páginas HTML com textos longos e uso indiscriminado de imagens;
- utilização de frases curtas quando do estabelecimento de *links*;
- expressões do tipo **Clique aqui**;
- expressões do tipo **Home** ou outras palavras que não façam parte do idioma em que está sendo apresentado o *website*;
- utilização de design que retarde o acesso às páginas principais (textos preliminares longos, imagens de alta resolução ou desnecessárias);
- utilização de recursos gráficos que impossibilitem a impressão integral dos textos e imagens (coloridas ou monocromáticas);
- páginas em construção.

5. Indexação do *website*

Um aspecto fundamental para favorecer a localização mais precisa do *website* é a sua indexação mediante o uso de metatags, que são comandos de HTML embutidos nas páginas dos *websites* visando a sua localização/indexação pelas ferramentas de busca. Para aplicar os metatags, deve-se definir palavras-chaves, um resumo sobre o *website*, autor ou responsável, e outros atributos da página considerados relevantes para a recuperação da informação.

É uma tendência entre as ferramentas de busca a utilização de metadados. O próprio Altavista, que também busca em texto completo, orienta como os desenvolvedores de *websites* devem usar os metatags para melhor recuperação. Encontra-se, neste caso, uma orientação sobre como fazer a "catalogação na fonte" do *website*. A opção dessas ferramentas de busca tem sido priorizar a qualidade da recuperação ao invés da quantidade de páginas.

6. Instrumentos de controle e avaliação de desempenho do *website*¹⁵

Sugere-se a adoção de um *software* (há diversos no mercado) gerador de estatísticas de uso de *websites*. Esta ferramenta deverá ser instalada no mesmo servidor onde o *website* encontra-se hospedado, gerando informações sobre:

¹⁵ BRASIL. Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão. *Guia de desenvolvimento de websites*. <http://www.redegoverno.gov.br>. 10 de novembro de 2000.

Utilização:

- número de acessos;
- usuários mais assíduos;
- número de acessos por área/domínio/*browser*;
- horários de maior/menor utilização;
- páginas mais e menos visitadas.

Ambiente físico:

- disponibilidade do *website*;
- número de acessos simultâneos ao *website* e ao servidor;
- capacidade suportada de acessos simultâneos ao servidor;
- tempo de resposta para transferência de dados;
- apresentação do *website* nos diversos tipos de conexão.

Crescimento do *website*:

- número de imagens;
- número de páginas;
- número de diretórios.

Recomenda-se ainda o *back-up* sistemático, por meio de arquivamento eletrônico ou impresso, de forma a garantir a segurança das informações, além do arquivamento das páginas das versões anteriores do *website*.

7. Fontes consultadas

ALEXANDER, Jan e TATE, Marsha Ann. <http://www2.widener.edu/Wolfgram-Memorial-Library/inform.htm>. 21 de junho de 2000.

ARCHIVES AND INTERNET GROUP. *Writing Web Pages Guidelines for Archivists*. <http://www.hmc.gov.uk/>. 27 de janeiro de 2000.

BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Programa Sociedade da Informação no Brasil. *Livro verde*. <http://www.socinfo.org.br>. 22 de novembro de 2000.

BRASIL. Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão. *Guia de desenvolvimento de websites*. <http://www.redegoverno.gov.br>. 10 de novembro de 2000.

BYRNE, Eddie. *Evaluate Web Resources*. <http://www.clubi.ie/webserch/resources/index.htm>. 16 de novembro de 2000.

CONNECTICUT STATE GOVERNMENT. *Universal Web Site Accessibility Policy for State Web Sites*. <http://www.state.ct/cm ac/policies/access.htm>. 11 de janeiro de 2000.

ENGLE, Michel. *Evaluating Web Sites: Criteria and Tools*. <http://www.library.cornell.edu/okuref/research/webeval.html>. 11 de janeiro

de 2000.

- GRASSIAN, Esther. *Thinking Critically about World Wide Web Resources*. <http://www.library.ucla.edu/libraries/college/instruct/web/critical.htm>. 27 de janeiro de 2000.
- JARDIM, José Maria. *O acesso à informação arquivística no Brasil: problemas de acessibilidade e disseminação*. Caderno de Textos. Mesa Redonda Nacional De Arquivos, 1999. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1999
- KOTLAS, Carolyn. *Evaluating Web Sites for Educational Uses: Bibliography and Checklist*. <http://www.unc.edu/cit/guides/irg-49.html>. 11 de janeiro de 2000.
- McMURDO, George. "Evaluating web information and design". Em *Journal of Information Science*, v. 24, nº3, pp. 192-204, 1998. 6 de julho de 2000.
- RODRÍGUEZ, David. "Crear páginas web. Guía básica para archiveros". Em *Boletín de la ANABAD*. Madrid, v. 48, nº 1, 1998.
- SMITH, Alastair. *Criteria for Evaluation of Internet Information Resources*. <http://www.vuw.ac.nz/~agsmith/evaln/>. 27 de janeiro de 2000.
- TILLMAN, Hope. *Evaluating Quality on the Net*. <http://www.tiac.net/users/hope/findqual.html>. 18 de junho de 2000.
- VIRGINIA TECH UNIVERSITY LIBRARIES. *Bibliography on Evaluating Internet Resources*. <http://www.lib.vt.edu/research/libinst/evalbiblio.html>. 22 de novembro de 2000.

8. Informações complementares¹⁶

8.1 Websites de instituições arquivísticas

O Unesco Archival Portal é uma das melhores fontes para localização de *websites* de instituições arquivísticas, com *links* para diversas categorias de arquivos na Internet:

http://www.unesco.org/webworld/portal_archives/Archives/

Outras fontes nas quais podem ser localizados links arquivísticos são:

- Arquivo Nacional
<http://www.arquivonacional.gov.br/conarq/qsomos/ent.htm>
- Associação do Arquivistas Brasileiros
<http://www.aab.org.br>
- Associação de Arquivistas de São Paulo
<http://www.arqsp.org.br/sites.htm>
- Prossiga. Biblioteca Virtual de Referência para Pesquisa em C&T.
<http://www.prossiga.br/referencia/>

8.2 Glossários sobre Internet em português

ABC da Informática – <http://www.cepa.com.br/suporte/glossario/index.html>

Dicionário BHNet – <http://www.bhnet.com.br/suporte/dicionario>

¹⁶ Referências localizadas em 7 de dezembro de 2000.

Dicionário de "Internetês" – <http://www.empro.com.br/web/internetes.html>

Dicionário Orbita Starmedia – www.orbita.starmedia.com/~figua/dicionario.html

Glossário – <http://www.uol.com.br/internet/beaba/glossario.htm>

Glossário de Internet – <http://www.ssp.al.gov.br/ajuda/glossario.htm>

Glossário de Termos de Informática –
<http://underworld.fortunecity.com/worms/642/glossrio.html#W>

Glossário de Termos de Internet -
<http://www.inf.ufpr.br/~ademar/tutoriais/glossario.htm>

Glossário do "Internetês" –
http://www.mdbrasil.com.br/mdbrasil/web_suporte/glossario.htm

Glossário Internet – <http://www.netds.com.br/portug/glossario.htm>

Glossário Internet – www.barroco.com.br/glossari.htm

Glossário Internet – <http://www.netds.com.br/portug/glossario.htm>

Lista de Endereços Web, Glossário, Siglas, Acrônimos e Similares –
http://www.socinfo.org.br/livro_verde/download.htm

Manual da Internet – <http://www.artnet.com.br/~lopes/index.htm>