



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA
INFORMAÇÃO**

Ana Cláudia Gouveia Araújo

**Registros de marcas da Junta Comercial do
Estado de Pernambuco: um olhar semântico
para a organização de um acervo histórico**

**Recife
2011**



Ana Cláudia Gouveia Araújo

**Registros de marcas da Junta Comercial do
Estado de Pernambuco: um olhar semântico
para a organização de um acervo histórico**

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-graduação em
Ciência da Informação da
Universidade Federal de
Pernambuco como requisito
parcial para obtenção do título de
mestre em Ciência da Informação.

Área de Concentração:
Informação, Memória e Tecnologia
Linha de Pesquisa: Memória da
Informação Científica e
Tecnológica

Orientador: Prof. Dr. Fábio
Mascarenhas e Silva

**Recife
2011**

Catalogação na fonte
Bibliotecária Gláucia Cândida da Silva, CRB4-1662

A663a Araújo, Ana Cláudia Gouveia.

Registros de marcas da Junta Comercial do Estado de Pernambuco: um olhar semântico para a organização de um acervo histórico / Ana Cláudia Gouveia Araújo. – Recife: O autor, 2011.

289p. : il.

Orientador: Fábio Mascarenhas e Silva.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAC. Ciência da Informação, 2011.

Inclui bibliografia, anexos e apêndices.

1. Ciência da informação. 2. Web Semântica. 3. Metadados. 4. Ontologia. 5. Marca registrada - História. I. Silva, Fábio Mascarenhas e (Orientador). II. Título.

020 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2011-93)

ANA CLÁUDIA GOUVEIA ARAÚJO

**Registros de marcas da Junta Comercial do
Estado de Pernambuco: um olhar semântico para a
organização de um acervo histórico**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em
Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco
como requisito parcial para obtenção do título de mestre em
Ciência da Informação.

Área de Concentração: Informação, Memória e Tecnologia

Aprovada em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Fábio Mascarenhas e Silva – Orientador
UFPE/PPGCI

Prof. Dr. Renato Fernandes Corrêa
UFPE/PPGCI

Prof. Dr. Silvio Romero Botelho Barreto Campello
UFPE/PPG-Design

Aos meus sobrinhos(as):
Helena e Luiza; Maria Clara,
Pedro Henrique e João Vítor;
e Olívia Cabral Araújo.

Amo ser tia!

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a **Deus**, pelo dom da vida, e a força que me foi concedida para eu não desistir e continuar sonhando e lutando pelos meus ideais.

A toda minha família, que torceu por mim, sobretudo aos meus pais **Ivan** e **Violeta**, pois, cada um da sua forma, serviu de estímulo para eu me determinar mais ainda; aos meus irmãos e cunhadas que torceram por mim desde o início, especialmente, ao meu irmão **Ricardo Araújo** por cuidar de mamãe para eu terminar o trabalho da disciplina Ciência, Tecnologia e Sociedade; à minha tia **Irani Araújo** (Lana) pelas orações, palavras de carinho e muita força moral em momentos decisivos.

Um agradecimento especial a dois Galindos: **Ivo Galindo** e **Marcos Galindo**, que me deram força, confiando em mim o tempo todo, auxiliando-me com textos, a alegria de viver, a força física e moral, enfim: o companheirismo decisivo de um, e a amizade de sempre do outro.

Ao meu professor orientador **Fábio Mascarenhas e Silva**, meus sinceros agradecimentos, pelos ensinamentos e a compreensão de sempre, demonstrando a pessoa tão generosa e amiga que ele

é; pelo apoio, incentivo e competência com que conduziu esta pesquisa.

A todos os professores do PPGCI, em especial aos que participaram da banca da qualificação, **Raimundo Nonato** e **Renato Fernandes Corrêa**; e o professor **Denis Bernardes** pela compreensão e ensinamentos.

A todos os amigos do mestrado, em particular à **Vida Vânia**, **Rafaela Mello** e **Susimery** (pela força de sempre), **Adriana Holanda** (minha professora de Inglês), **Marilucy Ferreira** (livros emprestados), **Marylu Souza** (força pelo *gtalk* e telefone), **Simone Rosa** e **Ângela Nascimento** (pela força e carinho quando eu estava doente), **Helena Azevedo** (pelos lanchinhos providenciais em dias de aula e pela força moral).

Aos queridos amigos do Liber: **Májory Miranda**, **Vildeane Borba** e **Evaldo Souza** (por atenderem a meus pedidos de socorro) e à professora do Departamento de Ciência da Informação, **Celly Lima** pela força no período da seleção.

À secretária do PPGCI, **Suzana Mesquita Wanderley**.

À **Susyleide Brito**, bibliotecária do Sistema de Bibliotecas da UFPE, chefe da Divisão de Apoio ao

Usuário, pela presteza em me socorrer em momentos difíceis, quando o acesso remoto ao Portal da Capes não funcionava.

Aos colegas de trabalho da Biblioteca Pública do Estado de Pernambuco: **Lúcia Roberta Guedes Alcoforado, Karyna Tavares** (que agora é bibliotecária da UFPE), **Erilene Parísio, Graça Vasconcelos e Sônia Ramos**, pela compreensão em meus períodos de ausência; às 'coletoras mascaradas' dos Processos Técnicos: **Iara Félix, Erineide Gonçalves, Andréa Lidington e Ana Cláudia Pires** pela força de sempre; aos colegas da Coleção Especial: **Elane Oliveira, Eleuza Cantarelli, Walderico Lemos, Raphael Lisboa, Mariana Rodrigues, Telma Virgínia e Eunice Carvalho** pelo auxílio indicando fontes de pesquisa.

À Fundação Gilberto Freyre, por viabilizar o acesso ao acervo digital da JUCEPE, em especial à **Jamille Pereira e Kátia Santana**.

Aos amigos da antiga Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente (SECTMA): **Maria Helena, Adriana Higino, Laís Mira, Fabiana Belo, Emanuella Bezerra e Mauro Pinho** pela companhia nas lágrimas e sorrisos no período da minha seleção para o mestrado em 2009.

Aos colegas do mestrado em Design da UFPE **Sebba** (Sebastião Cavalcante) e **Jarbas Agra Júnior** pelas fontes de informação disponibilizadas com carinho e agilidade.

A minha prima, **Gabriela Albuquerque**, pela presteza em fazer o Abstract.

E a todas as pessoas que contribuíram indiretamente com este trabalho.

RESUMO

ARAÚJO, Ana Cláudia Gouveia. **Registros de marcas da Junta Comercial do Estado de Pernambuco: um olhar semântico para a organização de um acervo histórico.** 2011. 289p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Departamento de Ciência da Informação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011.

A produção intelectual no Brasil é resguardada, dentre outras formas, através do registro de marca. Durante o período de 1875 a 1924, o registro de marca em Pernambuco foi realizado na Junta Comercial do Estado de Pernambuco (JUCEPE), antigo Tribunal do Comércio. Dessa atividade administrativa realizada pela Junta, resultou um manancial de documentos que foram digitalizados, cujo papel fundamental não está mais vinculado a resguardar juridicamente a propriedade das marcas, mas atuam como elementos representativos de preservação da cultura e memória social. A presente pesquisa traz uma discussão teórico-reflexiva proporcionada por temas referentes à organização do acervo digital dos registros de marcas da JUCEPE. A respeito dos aspectos metodológicos, configura-se como uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório e investigativo e utiliza o levantamento documental como técnica de pesquisa, cujo objetivo é avaliar a necessidade/importância da descrição semântica das informações do acervo digital de registros de marcas da Junta Comercial do Estado de Pernambuco a partir das necessidades potenciais dos usuários. Diante disso, procura discutir temas relacionados à Web semântica, principalmente

metadados e ontologias, sob a ótica da Ciência da Informação, e verifica as suas contribuições para as reflexões teóricas sobre a descrição semântica do acervo de marcas registradas da JUCEPE em ambiente digital. Visa também apresentar e analisar os registros de marcas da Junta Comercial como fontes de informação histórica e tecnológica, caracterizar as necessidades informacionais dos usuários de marcas registradas e, por fim, fazer uma análise comparativa entre dois sistemas de recuperação de marcas registradas de caráter histórico, a Base de Marcas do Arquivo Histórico da Oficina Espanhola de Patentes e Marcas (OEPM) e o site da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ), dentro do contexto da Ciência da Informação.

Palavras-chave: Junta Comercial do Estado de Pernambuco. Marcas registradas históricas. Web semântica. Metadados. Ontologias.

ABSTRACT

ARAÚJO, Ana Cláudia Gouveia. **The Trademark Registration of the Board of Trade of the State of Pernambuco**: a semantic view of the organization of a historic collection. 2011. 289p. Thesis (Masters of Information Science) – Information Science Department, Federal University of Pernambuco, Recife, 2011.

Brazilian intellectual production is guarded by the trademark registration. From 1875 to 1924 the trademark registration in Pernambuco was made at the state's Board of Trade (JUCEPE), former Commercial Court. This administrative activity undertaken by the Board has generated a great number of documents which were digitized, whose fundamental role is not bound to guarding the property of the trademark anymore, but representing the preservation of the culture and social memory. The present work brings a theoretical and reflexive discussion provided by issues concerning the organization of the digital collection of JUCEPE. Regarding methodological aspects, this work is qualitative, exploratory and investigative, and uses documentary survey as main research technique. It aims at measuring the necessity/importance of the semantic description of the digital collection information of the Board of Trade from the needs of potential users. As a result, it discusses issues related

to web semantics, mainly metadata and ontology, from the viewpoint of Information Science, and verifies the contribution to the theoretical reflection about the semantic description of the collection. It also aims to present and analyze the trademark registration of JUCEPE as a source of historic and technologic information, to characterize the informational needs of the trademark users and, finally, to promote a comparative analysis between two retrieval systems of historical trademarks: the Base of Brands of Historical Archives of the Spanish Patents and Trademarks Office (OEPM) and the Joaquim Nabuco's Foundation's website, in the Information Science context.

Key words: Board of Trade of the State of Pernambuco. Historical trademark. Semantic web. Metadata. Ontologies.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Rótulo das Bolachas Invejáveis	51
Figura 2	Exemplo de metadados do sistema da FUNDAJ	56
Figura 3	Protótipo de recuperação de imagens com base em facetas	62
Figura 4	Passado – Presente – Futuro da Web	76
Figura 5	Vista aérea do Recife	80
Figura 6	Divulgação de vendedora de plantas	81
Quadro 1	Comparação entre termos e expressões da Ciência da Informação e da Web Semântica	85
Quadro 2	Exemplos de projetos de aplicações da Web Semântica	89
Figura 7	Temas relacionados à Web Semântica	92
Quadro 3	Tipos de metadados quanto a sua função	97
Quadro 4	Elementos de descrição do Dublin Core	100
Quadro 5	Conceitos pertinentes à definição de ontologias de Gruber	106
Figura 8	Exemplo de explicitação referente a registros de marcas	107
Figura 9	Diagrama de classes de uma ontologia de um domínio acadêmico	111
Figura 10	Ontologia do Conteúdo de Conhecimento em Artigos Científicos Digitais - OCCAC	113
Figura 11	Marcas da Fábrica Pilar, Fábrica de Biscoitos Confiança, Elixir Sanativo e Jornal A Província	130
Figura 12	Provavelmente uma segunda	134

	solicitação de registro, ou a solicitação do registro na Junta Comercial do Recife. 1891.	
Figura 13	Recorte da marca da Fábrica Amor, de Lorega & Cia, em 28 maio 1887, demonstrando que foi publicada no Diário de Pernambuco, nº 108, de 12 de maio de 1887.	136
Figura 14	Solicitação de registro da marca da Fábrica Amor, de Lorega & Cia. 28 maio 1887.	137
Quadro 6	Arranjo do acervo	140
Quadro 7	Livros de registros de marcas digitalizados	144
Figura 15	Exemplo de registro de marca do século XIX	145
Figura 16	Registro da marca da Relojoaria Araujo	147
Figura 17	Edital de convocação do Tribunal do Commercio emitido aos comerciantes matriculados e residentes em Pernambuco para comparecerem no dia 16 de janeiro de 1877 à Associação Comercial Beneficente, onde se procedeu a eleição de presidente da Junta Commercial do Recife	157
Figura 18	Correspondência remetida pelo presidente da Junta Commercial do Recife ao deputado Joaquim Olinto Bastos.	158
Figura 19	Última página do Livro de Registro de Decretos e Portarias do Governo, e avisos das Secretarias de Estado expedidos ao Tribunal do Commercio. De 1851 a 1877	159

Figura 20	Emblemas do Cigarro Caxias em 1886 e 1893, da Fábrica Caxias. Exemplo de alteração estética	163
Figura 21	Recorte do registro de marca do Rapé Area Preta, produzido na Bahia pela fábrica Méuron & Cia, mostrando que a firma Borel & Cia ficou como sucessora da Méuron & Cia.	
Figura 22	Registro da marca inglesa, que teve como importadores exclusivos em Pernambuco Gonçalves, Cunha & Cia. Recife, 26 jan. 1904.	166
Quadro 8	Alguns exemplos de legislações referentes às marcas comerciais e industriais constantes nos livros da JUCEPE	168
Figura 23	Páginas 1 e 2 do registro de marca da Oversea Mercantile Corporation	171
Figura 24	Registro da marca da Refinaria Salgueiral. Recife, ago. 1902.	172
Figura 25	Marca do Xarope d'Abacaxi / Sirop d'Ananas. 1888.	173
Figura 26	Marca da Fábrica Oitenta e Nove. Rua 89, antiga Imperial, nº 140.	177
Figura 27	Marcas que representam a maçonaria. Registradas em 1902.	179
Figura 28	Marca de uma fábrica de café moído que representa a República no Brasil. Recife, 2 maio 1913.	181
Figura 29	Marca do Balsamo Philanthropico, de F. Carneiro & Guimarães. Recife, jun. 1907.	182
Figura 30	Certificado emitido pelo Dr. Costa Pinto sobre o Sabão Maravilhoso. Recife, 5 nov. 1914.	184

Figura 31	Marca do Cajurubéba, de propriedade de Silva, Braga & Cia.	186
Figura 32	Segunda solicitação de registro de marca da Farmácia dos Pobres	189
Figura 33	Registro de marca da Farmácia Homeopática Dr. Sabino Pinho	191
Figura 34	Vários rótulos de bolachas da Fábrica Pilar	193
Figura 35	Exemplo de plágio envolvendo a marca “Maria”. Recife, 1907.	194
Figura 36	Registro da marca da Fábrica Confiança	195
Figura 37	Registro de marca da Fábrica de Phosphoros da Torre. Recife, 1905.	197
Quadro 9	Critérios elaborados para análise dos sistemas	222
Figura 38	Resultado da busca a partir da marca <i>El Trabajo</i> .	225
Figura 39	Detalhes sobre uma das marcas <i>El Trabajo</i> , de 1886.	226
Figura 40	Página principal para realizar a pesquisa no site da FUNDAJ	231
Figura 41	Visualização do resultado da pesquisa sobre o Cigarro a Gonçalves Dias.	233
Figura 42	Diagrama de classe do conteúdo não-informacional da imagem	246

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BOPI	Boletín Oficial de la Propiedad Industrial
CC	Ciência da Computação
CI	Ciência da Informação
DNRC	Departamento Nacional de Registro do Comércio
DVD	Digital Video Disc ou Digital Versatile Disc
FGF	Fundação Gilberto Freyre
FUNDAJ	Fundação Joaquim Nabuco
HTML	Hypertext Markup Language
ICT	Informação Científica e Tecnológica
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
ISAAR(CPF)	Norma Internacional de Registro de Autoridade Arquivística para Entidades Coletivas, Pessoas e Famílias
ISAD(G)	International Standard Archival Description (general) - Norma Geral Internacional de Descrição Arquivística
IT	Informação Tecnológica
JUCEPE	Junta Comercial do Estado de Pernambuco
KOS	Knowledge Organization System
LISA	Library & Information Science Abstract
LPI	Lei de Propriedade Intelectual
MIT	Massachussets Institute of Technology
NISO	National Information Standard Organization
NTICs	Novas Tecnologias Informação e da Comunicação
OAI	Open Archives Initiative
OAI-PMH	Open Archives Initiative Protocol for

	Metadata Harvesting
OC	Organização do Conhecimento
OCCAC	Ontologia do Conteúdo de Conhecimento em Artigos Científicos Digitais
OEPM	Oficina Espanhola de Patentes e Marcas
OI	Organização da Informação
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
RC	Representação do Conhecimento
RDF	Resource Description Framework
RI	Representação da Informação
SOCs	Sistemas de Organização do Conhecimento
TICs	Tecnologias da Informação e da Comunicação
TRIPS	Treaty Related Aspects of Intellectual Property
UERJ	Universidade do Estado do Rio de Janeiro
URI	Uniform Resource Identifier
URL	Uniform Resource Locator
W3C	World Wide Web Consortium
WWW	World Wide Web
XML	eXtensible Markup Language

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	23
2	ORGANIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO DO CONHECIMENTO	35
2.1	Informação e Conhecimento	36
2.2	Organização da Informação x Organização do Conhecimento	40
2.2.1	Representação da Informação x Representação do Conhecimento	43
2.2.1.1	<i>O conhecimento em ambiente digital</i>	46
2.2.1.2	<i>A representação da imagem</i>	50
3	WEB SEMÂNTICA	67
3.1	Conceitos associados à Web Semântica	91
3.1.1	Metadados	94
3.1.2	Ontologias	105
4	MARCAS REGISTRADAS	121
4.1	O que é marca?	121
4.2	O início das marcas registradas no Brasil	131
4.2.1	Acervo digital da JUCEPE	138
4.2.1.1	<i>Acervo digital de marcas registradas</i>	143
5	O ACERVO DE MARCAS REGISTRADAS DA JUCEPE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO HISTÓRICA	151
5.1	Breve histórico da Junta Comercial	

	do Estado de Pernambuco	153
5.2	Aspectos interessantes do acervo digital de marcas registradas	161
5.3	Detalhes de marcas conhecidas regionalmente	185
5.4	Usuários de registros de marcas históricas	198
6	ANÁLISE DOS SISTEMAS DE RECUPERAÇÃO DE MARCAS REGISTRADAS	217
6.1	Procedimentos metodológicos	217
6.2	Sugestões	236
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	253
	REFERÊNCIAS	261
	APÊNDICE	281
	ANEXO	287

1 INTRODUÇÃO

Estudos como os de Pavezi (2010), Nunes (199-) e Galindo (2010) discutem a premência em se preservar a memória coletiva¹, tendo em vista que os estados de conservação de acervos documentais (textuais, imagéticos e audiovisuais) de instituições públicas e privadas, tais como museus, bibliotecas e arquivos, essenciais para a memória sócio-cultural do Estado de Pernambuco, não estejam preservados a contento.

Associada à ausência de preservação adequada, verificamos também, pouca adoção de políticas e critérios voltados à organização da informação e disseminação dos estoques informacionais. O paradigma de guarda ainda é presença marcante, em detrimento de esforços no sentido da preservação e acesso, ou melhor, acesso e inovação, pois acessar o conhecimento registrado pode trazer possibilidades de construção de novos conhecimentos e, assim beneficiar o crescimento econômico e social do Estado e do país. O paradigma custodial, citado por Malheiro;

¹ A memória, onde cresce a história, que por sua vez a alimenta, procura salvar o passado para servir o presente e o futuro. Devemos trabalhar de forma que a memória coletiva sirva para libertação e não para a servidão dos homens (LE GOFF, 1994, p. 477).

Ribeiro (2011) ainda predomina nas bibliotecas, museus, arquivos, aqui denominadas instituições de memória² públicas ou privadas.

Além desses locais, podemos considerar também como elementos representativos para a memória coletiva acervos criados/desenvolvidos ao longo do tempo de funcionamento dos serviços de uma instituição pública administrativa, como é o caso da Junta Comercial do Estado de Pernambuco (JUCEPE), que, assim como outras Juntas Comerciais instaladas no país no final do século XIX, foi órgão responsável pelo registro de marcas e patentes no período de 1875 a 1924 (LIMA, 1998)³.

A documentação histórica original da JUCEPE compõe um conjunto de cerca de 270 (duzentos e setenta)⁴ volumes encadernados, envolvendo o período de 1846 a 1977, com os mais variados assuntos: livros de registro público de comércio, de registros de marcas de comércio e indústria, de registro das companhias e sociedades comerciais, de

² Lugares reservados para custodiar a produção intelectual de um grupo, de uma nação, ou seja, um lugar para a memória (MALHEIRO, 2006).

³ O período analisado na presente pesquisa foi de 1886 a 1924, pois os registros dos anos anteriores não constam no acervo digital.

⁴ Na realidade, esta quantidade está associada ao acervo geral de livros raros da JUCEPE que fizeram parte do Projeto Cultural com a Fundação Gilberto Freyre (FGF).

registro das embarcações brasileiras, atas e correspondências da Junta, atas das sessões do Tribunal do Comércio, dentre outros, que informam sobre o funcionamento da Junta, do Comércio e da Indústria nos séculos XIX e início do século XX no Estado de Pernambuco.

Parte desse acervo foi digitalizado em Projeto Cultural intitulado Memorial da Junta Comercial do Estado de Pernambuco, realizado em parceria com a Fundação Gilberto Freyre (FGF) no ano de 2005. O atual estudo tem como objeto específico os registros de marcas nacionais digitalizados do período de 1886 a 1924⁵.

O acervo digital de marcas registradas nacionais consiste de rótulos, embalagens, timbres, sinetes, pequenas amostras de fabricantes/comerciantes de cigarros, doces, sabonetes e outros cosméticos, remédios, cotonifícios, baralhos, produtos de limpeza, querosene, dentre outros, muitos deles registrados através de litografias e artes finais (FUNDAÇÃO..., 2003).

A riqueza do material não é contemplada com o uso pela comunidade de usuários/pesquisadores, visto

⁵ Só foram analisados registros de marca até o ano de 1924 porque foi até este ano que o registro ainda era de responsabilidade oficial da JUCEPE. Mas existem registros até 1933.

que o acervo ainda permanece inacessível e desconhecido por muitos. Apesar de estarem em *Digital Video Disc* ou *Digital Versatile Disc* (DVD), perde-se bastante tempo para encontrar um registro de marca específico, pois não há nenhum procedimento de recuperação. Diante disso, percebemos que necessitam de tratamento técnico (descritivo e temático), com o objetivo de serem futuramente inseridos em um sistema de informação de maneira previamente organizada, a fim de permitir o fluxo desses estoques de conhecimento.

Anterior à ausência de tratamento informacional, percebemos também que houve uma ‘ânsia generalizada’, com o surgimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), em investir em equipamentos sofisticados, onde instituições de memória procuraram digitalizar seus acervos, entretanto, esta ação foi acompanhada pelo esquecimento de que não é apenas o ato de digitalizar que evitará danos ao documento pela ação do tempo, e sim, técnicas associadas à preservação, organização e disseminação. Caso contrário, a informação continuará inacessível.

Para que haja o acesso eficaz aos estoques de informação/conhecimento em ambiente digital, é preciso que se desenvolva um tratamento informacional adequado. Este envolve as técnicas de

descrição física e representação temática da informação, ou seja, metodologias de organização da informação e do conhecimento, que permitam a descrição semântica da tipologia documental em questão, a fim de que atendam as necessidades potenciais dos usuários.

Entendamos descrição semântica como a indexação que envolve não apenas a definição de termos para representar determinado assunto, mas os termos, suas definições e as relações semânticas existentes. Nesta perspectiva, é a representação com significado bem definido dentro de um contexto específico, a fim de evitar ambiguidades e polissemia, permitindo, assim, maior precisão no processo de recuperação da informação.

Fator relevante a ser considerado é que acervos patrimoniais, quando disponibilizados em um sistema de informação, ainda privilegiam muito mais questões relacionadas à tecnologia a ser utilizada, em função de certo entusiasmo existente por conta da mudança do paradigma de transferência do mundo analógico para o digital, o que contribui para que não priorizem desenvolver metodologias de tratamento da informação e do conhecimento centrado na capacidade cognitiva dos usuários.

[...] torna-se cada vez mais claro que a construção dos atuais sistemas documentais digitalizados sofrem

de todas as restrições dos processos interpretativos da informação e da identificação e simulação de padrões cognitivos nos processos de produção e organização do conhecimento, padrões esses compartilhados entre indivíduos, considerando-se sua consequente influência na linguagem e no processo de comunicação em si (ALVARENGA, 2003, p. 11).

A *web* atual é indexada em linguagem natural, onde a predominância de textos está em HTML (*HyperText Markup Language*), linguagem de marcação que não impõe qualquer estruturação semântica aos documentos. Verifica-se então, que, pelo fato de prejudicar o acesso à informação, a forma como as páginas ou conteúdos estão dispostos na *World Wide Web (WWW)* compromete o acesso à memória coletiva, em geral, e da memória da Informação Científica e Tecnológica (ICT), em particular, no seu contexto.

Mudanças têm ocorrido no sentido de dirimir as dificuldades de acesso, entretanto, ainda não estão totalmente sedimentadas. Pesquisas atuais na Ciência da Informação (CI) e na Ciência da Computação (CC) sobre o problema da recuperação de quantidade excessiva de documentos irrelevantes têm apresentado a *Web Semântica* como proposta para minimizar tal inconveniente.

Apresentada como uma extensão da *Web* atual, tem como propósito, por meio de tecnologias

associadas, viabilizar uma precisão maior no processo de busca e recuperação da informação, atuando de forma onde agentes inteligentes extraem o conteúdo semântico dos documentos contidos nas páginas da Internet. Além disso, permite o compartilhamento maior de informações entre sistemas, ou seja, a interoperabilidade entre eles (FEITOSA, 2006).

Para o devido funcionamento dessa *web* inteligente, os metadados⁶ funcionam como elementos essenciais para a descrição dos recursos e a estruturação das páginas. Além dos metadados, as ontologias⁷, que estabelecem as relações conceituais de um domínio específico, funcionam como sistemas de representação do conhecimento e contribuem efetivamente para a implantação da *Web Semântica*.

Diante deste cenário de mudanças quanto à organização da informação no universo digital, indagamos: estudos sobre *Web Semântica* podem contribuir para a organização de registros de marcas da JUCEPE e demais registros de marcas nacionais em meio digital? Inicialmente, podemos afirmar que sim,

⁶Metadados são dados sobre dados. Para saber mais sobre metadados, ver seção 3.1.1.

⁷Artefato tecnológico que possibilita representar formalmente as propriedades e relacionamentos de um determinado modelo conceitual, favorecendo a utilização de inferências automáticas nos processos de organização e recuperação de recursos informacionais (RAMALHO, 2010, p. 107). Mais informações sobre ontologias serão tratadas em 2.2.1.2 e 3.1.2.

contudo, aprofundamentos teóricos e pesquisa exploratória foram feitos ao longo do atual estudo para verificar tal afirmativa.

O presente estudo visou contribuir avaliando a importância da descrição semântica das informações do acervo digital de registros de marcas da Junta Comercial do Estado de Pernambuco a partir das necessidades potenciais dos usuários.

Em particular, discutiu temas relacionados à *Web Semântica*, sob a ótica da Ciência da Informação, a partir de revisão de literatura especializada e verificou quais suas contribuições para a descrição semântica da tipologia documental em questão. Apresentou e analisou o acervo digital de marcas registradas da JUCEPE como fonte de informação tecnológica e histórica, priorizando os documentos que contivessem imagem. Ademais, caracterizou as necessidades informacionais dos usuários de marcas registradas. E finalmente, analisou comparativamente dois sistemas digitais de recuperação de registros de marcas históricas - a Base de Marcas do Arquivo Histórico da Oficina Espanhola de Patentes e Marcas (OEPM) e o site da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ) -, focando suas metodologias de organização da informação e do conhecimento registrados, a fim de contribuir para a discussão crítica

na temática organização da informação e do conhecimento.

Inicialmente, afirmamos que o acesso a estas fontes de registros de marcas pode substanciar não apenas novas pesquisas, mas também, permitir a reconstrução do contexto sócio-político-cultural e econômico atual em suas múltiplas facetas, sendo importante, então, que essas informações não permaneçam isoladas ou inacessíveis.

Em relação à organização para fins de disponibilização e fluxo da memória da informação tecnológica, como a contida nos registros de marcas da JUCEPE, em sistemas digitais, a responsabilidade em efetuar uma comunicação adequada desse tipo de conteúdo necessita de maior urgência em função do seu caráter histórico, de valor visual e textual, que pode viabilizar pesquisas científicas em áreas como História, Design, Comunicação, Antropologia, dentre outras.

Para a Ciência da Informação, torna-se um desafio, portanto, refletir e planejar antecipadamente o desenvolvimento de metodologias de organização para fins de recuperação das informações contidas nos documentos de marcas históricos, já que a área tem como seu objeto de estudo a natureza e as propriedades do fenômeno informação.

Esforços foram empreendidos para a disseminação do acervo de marcas da JUCEPE em um sistema de informação, porém, como já afirmamos, encontra-se ainda inacessível e carece de planejamento/organização antecipados para evitar desperdícios financeiros, materiais e de capital humano.

Além disso, identificar estratégias atuais de organização da informação e do conhecimento em espaços digitais, focando os registros de marcas históricos da JUCEPE, com visão inter e transdisciplinar, contribuirá para expandir nossos conhecimentos nessa área, a fim de socializá-los posteriormente, aprofundando cada vez mais as discussões teóricas sobre o tema. Em acréscimo, estudo como este podem servir para despertar incentivos financeiros voltados à Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) no Estado de Pernambuco em particular, e no Brasil.

Como o acervo de marcas da JUCEPE encontra-se ainda desconhecido pela maior parte de comunidade de usuários e há um direcionamento de pesquisas atuais em Ciência da Informação sobre *Web Semântica*, esperamos, com esse estudo, contribuir como subsídio teórico para a futura implantação de um sistema de informação, no intuito de que este cumpra seu papel social de compartilhar a memória da

informação tecnológica no Estado, levando em consideração o conteúdo semântico textual e imagético. Ademais, pretendemos, com este estudo, que as reflexões teóricas possam contribuir como subsídio conceitual a ser aplicado a outros acervos da mesma natureza.

Segundo aspectos relacionados à metodologia de pesquisa científica (RICHARDSON, 2009), a atual pesquisa é um estudo de caso de natureza **qualitativa**, quanto à abordagem do problema, por seu tema não poder ser avaliado quantitativamente e se propor a entender o fenômeno de organização da informação/conhecimento em ambiente digital; **exploratória**, tendo em vista analisar temas que ainda estão sendo sedimentados na Ciência da Informação; e, sob o ponto de vista dos procedimentos técnicos, é **bibliográfica**, por apresentar como principal procedimento técnico o levantamento documental.

Nesta perspectiva, esse trabalho está estruturado nas seguintes seções: 2 Organização e representação do conhecimento, que trata de conceitos relacionados à informação e conhecimento, diferença entre organização/representação da informação e do conhecimento, o conhecimento em ambiente digital e a representação da informação imagética; 3 Web Semântica, que discute os conceitos

associados à *web* semântica, especificamente metadados e ontologias; 4 Marcas registradas, que abordou a definição de marca, o início das marcas registradas no Brasil, bem como aspectos sobre o acervo digital de marcas registradas da JUCEPE; 5 O acervo de marcas registradas da JUCEPE como fonte de informação histórica, que buscou apresentar um breve histórico da Junta e explicitar exemplos de registros de marcas importantes para a história da indústria e comércio de Pernambuco, como também identificar usuários potenciais dessa tipologia documental; 6 Análise dos sistemas de recuperação de marcas registradas, que observou numa ótica aplicada, dois sistemas de recuperação de registros de marcas históricas, e a seção 7, que traz as considerações finais desse trabalho.

2 ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO

A presente seção faz considerações teóricas sobre os temas organização e representação da informação e do conhecimento, incluindo as subseções: 2.1 Informação e conhecimento, que procura mostrar a diferença entre os dois termos; 2.2 Organização da Informação x Organização do Conhecimento, que mostra a diferença entre as duas designações; 2.2.1 Representação da Informação x Representação do Conhecimento que almeja mostrar elementos relacionados a cada uma; 2.2.1.1 *O conhecimento em ambiente digital*, que trata, principalmente, de sistemas de organização do conhecimento, e 2.2.1.2 *A representação da imagem*, que considera as ontologias como uma alternativa para anotação semântica da informação imagética.

Organizar é uma atividade inerente ao ser humano. Desde os primórdios, vemos que a humanidade preocupou-se em categorizar as coisas, relacionando-as de forma consensual, a partir de princípios/regras/acordos o mais universais. Com a evolução social, a contemporaneidade nos apresenta novos padrões de sistematização, impulsionando-nos a

utilizarmos da inter e transdisciplinaridade para atingirmos a eficiência nos processos de organização.

Antes de tratarmos diretamente dos instrumentos utilizados para a organização e representação do conhecimento, vale destacar, inicialmente, o conceito de conhecimento e diferenciá-lo de informação, bem como diferenciar Organização da Informação/Representação da Informação (OI e RI) de Organização do Conhecimento e Representação do Conhecimento (OC e RC).

2.1 Informação e conhecimento

Conceituar informação e conhecimento pressupõe considerar o contexto no qual esses dois termos estão inseridos, visto que suas definições dependem de relacioná-las às funções que damos a esses dois conceitos nos domínios aos quais serão interpretados.

Para Fogl (1979, p. 22) *apud* Bräscher e Café (2008, p. 3-4, grifo nosso),

A informação compreende uma unidade de três elementos: 1) **conhecimento** (conteúdo da informação); **Linguagem** (um instrumento de expressão de itens de informação); **suporte**

(objetos materiais ou energia) [...] a informação pode ser analisada segundo os seguintes pontos de vista: semântico, pragmático e com relação ao método de fixação do conhecimento e dos juízos de valor e o suporte material utilizado. Esta abordagem parece apoiar o posicionamento de que o conceito de informação para a CI deve envolver mais do que o armazenamento físico e a transmissão (como referido nas Teorias Matemáticas).

As autoras salientam que informação é necessário englobar aspectos de nível semântico (cognitivo) e pragmático (real) para compreender informação, incluindo, então, as propriedades relativas tanto ao conteúdo e significado quanto sua função social (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008). E acrescentam que

o aspecto semântico refere-se ao conteúdo do conhecimento e os juízos de valor fixados na informação, sem relação com as necessidades e interesses do sujeito, que avalia a informação em termos de sua veracidade, confiabilidade, conhecimento, adequação de juízos de valor e assim por diante (FOGL, 1979 *apud* BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p. 4).

Portanto, a informação não pode ser analisada apenas na sua transmissão, mas nos efeitos que ela pode produzir como elemento subjetivo, dotado de sentido e significado, ambos dependentes da interpretação do indivíduo. A informação pode ser

instrumento de construção do conhecimento, reside no mundo real e é a materialização de parcela do conhecimento, podendo atuar como transformadora deste. Quando tratamos de matéria, não estamos nos referindo ao que é apenas palpável, mas aquilo que é perceptível pelos cinco sentidos humanos.

O paradigma adotado no presente estudo é que o conhecimento reside na mente, é pessoal, intransferível e constituído de informação (presença e ausência), sentimento, experiência de mundo, ou seja, o conjunto da percepção humana. A partir do momento em que esse conhecimento é registrado, torna-se uma potencial informação que, se assimilada, pode se transformar em novos conhecimentos.

Isso supõe estabelecer um circuito conhecimento-informação de movimento linear, embora descontínuo no tempo e no espaço, onde ambos os componentes formam um sistema, a informação atuando como um vetor de entrada e saída, e como alimento de retro-alimentação. Essa visão sistêmica é bastante inovadora e interessante (CURRÁS, 2010, p. 24).

Quanto ao aspecto pragmático, Capurro e Hjørland (2003) *apud* Bräscher e Café (2008, p. 4) relatam que o conceito de informação está diretamente relacionado ao que se deseja ser respondido, isto é, ao problema ou questão que a informação deve satisfazer. Neste caso, a informação

depende do contexto e das limitações da realidade. As autoras supracitadas explicam que o aspecto pragmático está associado à utilidade que a informação terá para o usuário, afirmando que

em um sistema de informação, por exemplo, o valor da informação depende do significado particular atribuído a ela pelo receptor desta informação, uma vez que ele a adota segundo um determinado propósito. Desta forma, para que a organização da informação seja eficiente deve levar em conta este aspecto pragmático, sem o qual perderá o sentido de ser (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p. 4).

Percebemos, portanto, que informação e conhecimento, apesar de serem conceitos muitas vezes igualados, apresentam diferenças sutis que precisam ser consideradas e a interpretação desses termos depende do contexto em que estamos inseridos.

De acordo com Torezan (2007, p. 12), a Ciência da Informação tem crescido em diversos âmbitos do conhecimento. Tratando-se de informação, qualquer objeto é um documento. E a imagem se encaixa como objeto e documento, o que nos permite relacioná-los ao conceito de informação de Buckland (1991), quando este autor trata a *Informação como Coisa*, conceito esse - da informação - adotado na pesquisa

por tratarmos mais especificamente da informação contida nas imagens de marcas registradas.

2.2 Organização da Informação x Organização do Conhecimento

Como afirmado anteriormente, registrar ou organizar o conhecimento não são ações atuais, remontam a épocas anteriores. Pinho (2010) ratifica isso afirmando que

O ser humano inicia as tentativas de organizar e representar o conhecimento desde os primórdios da sua própria existência, transformando as formas de sociabilidade e as relações. Portanto, organizar e representar não são uma necessidade atual, mas sim, uma preocupação que surge com a própria evolução da sociedade, que anseia pelo compartilhamento, decifração e uso do conhecimento registrado (PINHO, 2010, p. 4).

Na CI, verificamos que para que a informação seja organizada, ela necessita ser descrita e essa descrição é vista por Svenonius (2000) como um enunciado de propriedades de um objeto informacional ou das relações dele com outros objetos que o identificam ou representam. Entendamos por objeto informacional não apenas o texto escrito, mas toda e

qualquer tipologia informacional organizável, como imagem (estáticas ou em movimento), páginas *web*, objetos de museus, mapas, objetos tridimensionais.

A organização da informação envolve a descrição física do objeto informacional, bem como a sua descrição temática (de conteúdo). Esta última tem por objeto o primeiro dos três elementos propostos por Fogl – o conhecimento. Já a descrição física se direciona ao terceiro elemento – o suporte, e o segundo elemento – a linguagem – permeia os dois tipos de descrição (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p. 5).

Conforme as autoras, a representação da informação é que é o produto desse processo descritivo, sendo entendida como um conjunto de elementos descritivos que representam os atributos de um recurso informacional específico (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008). E elas afirmam também que na OI e RI, tratamos dos objetos físicos, distinto do mundo da cognição ou das idéias, cuja unidade elementar é o conceito (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p. 5). Para finalizar, afirmam que quando estamos nesse mundo dos conceitos, devemos tratar de OC e RC.

Pinho (2009, p. 33) afirma que o primeiro pesquisador a utilizar a expressão “Organização do Conhecimento” foi Henry Evelyn Bliss em seus livros: *The Organization of Knowledge and the System of Sciences*, publicado em 1929, e *Organization of*

Knowledge in Libraries and the Subject Approach to Books, de 1933.

O autor acima exposto também afirma que

A organização do conhecimento passa a ganhar espaço não apenas como uma necessidade pragmática para o universo documental, mas como um campo de reflexão e produção teórica, notadamente a partir da *ISKO – International Society for Knowledge Organization*⁸ (PINHO, 2009, p. 30).

A que conhecimento essa disciplina se refere? Será o conhecimento individual que apresentamos anteriormente (subseção 2.1)? Apesar de verificarmos na literatura que a definição de conhecimento a que a disciplina se remete ainda carece de uma maior precisão, podemos afirmar, em consonância com Bräscher e Café (2008), que é o conhecimento associado ao universo dos conceitos, aquele que “visa à construção de modelos de mundo que se constituem em abstrações da realidade” (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p. 6).

Delineamos a OC como processo de modelagem do conhecimento que visa a construção de representações do conhecimento. Esse processo tem por base a análise do conceito e de suas características para o estabelecimento da posição que cada conceito ocupa num

⁸ <http://www.isko.org/>

determinado domínio, bem como das suas relações com os demais conceitos que compõem esse sistema nocional (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p.7).

Diante do exposto, é possível identificar quais técnicas se aplicam à OC e OI dentre os instrumentos de representação há anos desenvolvidos pela Biblioteconomia e Documentação e pelas técnicas atuais de representação no espaço digital. Por exemplo, as classificações e os metadados se aplicam à OI, e os tesauros e as ontologias se aplicam à OC, dentre outros.

2.2.1 Representação da Informação X Representação do Conhecimento

Podemos afirmar que todo processo de organização tem como consequência a representação. O ato de representar pode suscitar a idéia de uma forma de propiciar a cópia da realidade, entretanto, percebemos que não é assim que funciona, até porque representar uma realidade pressupõe limitações, restrições.

Para Pinho (2009), a representação objetiva propiciar o acesso ao conteúdo dos documentos para

uso e posterior geração de novos conhecimentos no âmbito da Ciência da Informação. E o autor concorda com Barité (1997), quando ele diz que

a representação do conhecimento é um ramo da Organização do Conhecimento que compreende o conjunto dos processos de simbolização notacional ou conceitual do saber humano no âmbito de qualquer disciplina. Na representação do conhecimento se compreende a classificação, a indexação e o conjunto de aspectos informáticos e linguísticos, relacionados com a tradução simbólica do conhecimento (BARITÉ, 1997 *apud* PINHO, 2009, p. 47-48).

No entanto, optamos por seguir, nessa pesquisa, a perspectiva exposta por Bräscher e Café (2008), as quais, apesar de considerarem que a elaboração de resumos, a classificação e a indexação lidam com o universo dos conceitos e não com os objetos informacionais propriamente ditos, elas diferenciam esse tipo de representação conceitual daquela que se utiliza de instrumentos de representação da realidade, ou seja, formas de representar o mundo.

No caso da representação do conhecimento, a representação construída não se restringe ao conhecimento expresso por um autor, ela é fruto de um processo de análise de domínio e procura refletir uma visão consensual sobre a realidade que se pretende representar (BRÄSCHER; CAFÉ, 2008, p. 6).

Percebemos, portanto, uma sutil diferença entre a representação da informação e representação do conhecimento, enfatizadas nesse estudo. A primeira, referindo-se à descrição física e temática dos documentos e a segunda referindo-se a uma abstração da realidade, uma construção de modelos de mundo. Aplicando essa perspectiva de modelo de mundo, referimo-nos a uma representação do domínio das marcas registradas de caráter histórico, ou seja, elementos conceituais constantes nas partes textuais e figurativas, que não se limitam apenas ao domínio de marcas registradas, mas também, características históricas intrínsecas nos documentos, ou seja, relacionados aos vários domínios do conhecimento, visto que existem marcas que representam temas como Maçonaria, República, dentre outros.

Nos tempos atuais, para refletirmos sobre OC/RC devemos considerar a contribuição das tecnologias de informação e ampliar as aplicações de processos de organização ao ambiente digital. No nosso caso específico, é importante refletir sobre como disponibilizar os registros de marcas históricos em espaços digitais.

2.2.1.1 O conhecimento em ambiente digital

As TICs e a *www* proporcionaram mudanças sócio-culturais, viabilizando maior disseminação de textos, documentos, informações, dentre elas, as do contexto científico e tecnológico que, durante longo período, esteve acessível a poucas pessoas. Com o advento da Internet e, conseqüentemente da *web*, o crescimento de informações e produção de conhecimento ocorreu de forma exponencial, implicando esforços maiores no que diz respeito às práticas de organizar a informação/conhecimento.

Diante do exposto, vemos que a importância do tratamento informacional suplanta a concepção de organização de documentos analógicos, estendendo-se ao mundo digital

[...] surge um novo tema nas discussões no âmbito da CI, referindo-se ao tratamento de informação no ambiente *web*, [...]. Discutem-se assuntos os mais variados, desde a semântica dos *sites* até os metadados para descrição de informações e documentos *on-line*. Tais discussões extrapolam os limites da biblioteconomia, campo do conhecimento que há muitos anos vem estudando e desenvolvendo técnicas de organização, tratamento e recuperação da informação, processos estes que atualmente são de interesse de outros campos de estudo, dentre os quais se pode destacar a

ciência da computação (LOURENÇO, 2007, p. 72).

Com o chamado fenômeno da explosão informacional em ambientes digitais, a necessidade de organizar tornou-se mais premente e, na Ciência da Informação, vários são os critérios e instrumentos utilizados para o tratamento do conteúdo de recursos informacionais, tais como sistemas de classificação, tesouros, taxonomias e ontologias para fins de categorização. Outras Ciências como a Linguística e a Ciência da Computação também atuam no sentido de viabilizar a organização da informação/conhecimento.

Para Bräscher e Café (2008, p. 8), “a representação do conhecimento é feita por meio de diferentes tipos de sistemas de organização do conhecimento [...]”. Sistemas de Organização do Conhecimento (SOCs) ou *Knowledge Organization System* (KOS) são objetos de interesse particular para a CI, uma vez que cumprem importante papel de padronização da terminologia adotada para organização e recuperação de informações, ao delimitar o uso de termos e definir conceitos e relações de alguma área do conhecimento, de forma compartilhada e consensual. Esses sistemas são fruto do processo de organização do conhecimento (BRÄSCHER; CARLAN, 2010, p. 149).

As autoras supracitadas continuam, acrescentando que

para a Ciência da Informação, os SOCs são representações de domínios do conhecimento que delimitam o significado de termos no contexto desses domínios, estabelecem relações conceituais que auxiliam a posicionar um conceito no sistema conceitual e são utilizadas como instrumentos de organização e recuperação da informação (BRÄSCHER; CARLAN, 2010, p. 150).

Librelotto, Ramalho e Henriques (200-, p. 4) acrescentam que esses *sistemas de organização de conhecimento* são ferramentas que possibilitam maior estruturação da informação e podem ser utilizados em locais onde exista uma grande coleção de dados, como museus, bibliotecas e arquivos. Os autores ainda trazem exemplos das principais formas de organização do conhecimento, dividindo-as nas seguintes classes:

Tipo universal para representação interna da informação:

Estruturas de Facetas (*Feature Structure*);

Sistemas baseados em listas de termos: normalmente este tipo de lista tem uma estrutura simples para a representação de conhecimento. Os exemplos mais conhecidos são:

- Dicionários;
- Índices;

Sistemas baseados em grafos: determinam associações entre os termos através de um

conjunto de relações semânticas. Como exemplos, tem-se:

- Taxonomias;
- Tesouros;
- Ontologias;
- Redes Semânticas (*Semantic Network*) (LIBRELOTTO; RAMALHO; HENRIQUES (200-, p. 4).

Conforme Librelotto, Ramalho e Henriques (200-, p. 4), para progredir da Web para a Web Semântica tem-se que passar do nível de informação para o nível de conhecimento.

Salientamos que a classificação de SOCs anterior não se restringe à representação de objetos digitais e, assim como Bräscher e Carlan (2010), questionamos alguns desses instrumentos inseridos nesses sistemas, visto que dicionários, por exemplo, não representam a informação em nível conceitual, ou seja, não contemplam a representação do conhecimento, porque trazem apenas os termos e duas definições, sem contemplar as relações semânticas, necessárias para que sejam definidos como SOC.

As autoras supracitadas afirmam que

num sistema de informação, a qualidade obtida na recuperação da informação depende substancialmente dos procedimentos e instrumentos utilizados para organização da

informação. Os padrões de organização devem, portanto, ser definidos desde a concepção do sistema para permitir que a informação seja encontrada posteriormente (BRÄSCHER; CARLAN, 2010, p. 150).

Focaremos SOCs no contexto da *web*, posteriormente, na subseção 2.2.1.2 *A representação da imagem* e na subseção 3.1.2, quando discutiremos sobre ontologias.

2.2.1.2 *A representação da imagem*

Como uma das opções de escolha dos documentos a serem analisados foi que contivesse imagem, apresentamos essa subseção com considerações teóricas a respeito da representação da imagem. Além disso, por verificarmos que um dos critérios de busca do usuário/pesquisador pode ser a partir de elementos presentes nas imagens (conteúdo informacional) ou a técnica usada para sua elaboração. Ex. a empresa litográfica, indicada abaixo do rótulo: *Lith. Barbosa Primo & Cia.*, provando que tal rótulo foi impresso em litografia. Salientamos, portanto, que nem sempre o emblema traz tal informação, necessitando então de identificação de um especialista (Figura 1).



Figura 1 - Rótulo das Bolachas Invejáveis

Comerciante: Antonio Joaquim Alves Menino. Registrada
em 09 abr. 1908

Fonte: Acervo Digital JUCEPE

De acordo com Lancaster (2004), a capacidade de armazenar, em formato digital, em bases de dados, qualquer tipo de imagem, e especialmente de poder acessar milhões delas na Internet, causou enorme ressurgimento do interesse por imagens em geral e, em particular, por maneiras de indexá-las.

As técnicas para descrição da informação imagética apresentam lacunas e este problema da indexação de imagens reflete significativamente na sua recuperação (SMIT, 1996). A dificuldade de

indexar os conteúdos desta tipologia documental deve-se à grande quantidade de informações que elas podem conter e ao alto nível de abstração e de subjetividade de seus componentes.

Apesar de ainda não existir um modelo de indexação que represente de modo preciso a informação presente numa imagem, existem técnicas que recuperam as informações mais relevantes. A literatura da área apresenta atualmente duas técnicas de indexação: a indexação baseada no conteúdo da imagem e a indexação baseada no conceito da imagem (MIRANDA, 2007).

Rasmussen (1997) *apud* Lancaster (2004, p. 214) esclarece sobre as duas técnicas citadas anteriormente, afirmando que a indexação baseada em conceitos é aquela descrição feita com palavras por seres humanos e a indexação baseada em conteúdos é a descrição de imagens por seus atributos intrínsecos. A técnica baseada em conceitos é aquela na qual os termos são atribuídos pelo indexador, seja em linguagem natural ou baseado em linguagem controlada.

Esse método apresenta algumas limitações, como

a dificuldade em se obter uma consistência efetiva nos dados de uma coleção, devido à

própria polissemia⁹ das imagens, ao repertório cultural do indexador e à subjetividade que envolve a operação (ESTORNILO FILHO, 2004, p. 58).

Além disso, há outra limitação na indexação por conceito: a dificuldade em antecipar, no momento da indexação, como uma imagem poderá ser utilizada, podendo, desta maneira, não serem supridas as informações no momento de uma consulta, pois a forma que o indexador a descreve pode não fazer parte da estratégia de busca.

Na abordagem baseada em conteúdo a indexação e recuperação de imagens de uma coleção são feitas pela comparação de atributos automaticamente extraídos das imagens, usando como parâmetro de comparação medidas matemáticas de cor, textura ou forma. Conforme Estornio Filho (2004, p. 62),

Durante muito tempo, a indexação automática de documentos visuais em ambientes digitais considerou, basicamente, apenas os atributos primários como a cor, a textura e a forma, devido à incapacidade tecnológica dos computadores em desempenhar a análise descritiva e interpretativa de imagens. De uns anos pra cá, pesquisas de indexação

⁹ Ver polissemia na seção 3.

por conteúdo estão tentando incorporar informações textuais e semânticas aos atributos visuais da imagem, significando um promissor início da integração entre as duas técnicas de indexação (MIRANDA, 2007).

De acordo com Lima-Marques; Manini e Miranda (2007), em se tratando de descrição e recuperação de informação imagética no contexto de sistemas de informação, dispõe-se de três alternativas: com base em texto, atributo e ontologias. A depender da técnica utilizada para a descrição, será a forma de recuperar a imagem.

Lima-Marques; Manini e Miranda (2007) também esclarecem que:

A causa da quantidade excessiva de registros irrelevantes é, em parte, o próprio paradigma de busca com base em palavras-chave, que não trata adequadamente os termos sinônimos e antônimos; além disso, a indexação é realizada no nível do léxico, o que torna difícil obter resultados semânticos na recuperação da informação (LIMA-MARQUES; MANINI; MIRANDA, 2007, p. 3).

A descrição de imagens com base em texto consiste em representar a imagem com o uso de uma descrição textual. Uma vez obtida a descrição, ela é associada à imagem no repositório de imagens. O problema dessa descrição é que a recuperação

também será baseada em texto, ou seja, o sistema recupera os documentos do repositório com base na frequência dos termos de pesquisa contidos na descrição do documento.

A representação com base em atributos geralmente é realizada por metadados. Ela consiste em descrever a imagem a partir de um conjunto de pares de atributos/valor como título, autor, data, local, processo pelo qual ela foi impressa, doador, tamanho original (MIRANDA, 2007).

Os atributos de metadados têm o propósito primário de descrever, identificar e definir um recurso de informação com o objetivo de modelar e filtrar o acesso. Uma forma de otimizar a descrição e a recuperação é empregar um vocabulário controlado, quando utilizando da técnica com base em atributos, para auxiliar na recuperação da informação imagética. Alguns exemplos são o AAT (*Art and Architecture Thesaurus*) e o ICONCLASS (Sistema de Classificação Iconográfica) (MIRANDA, 2007).

Um exemplo de metadados utilizados para rótulos que podemos apresentar é o utilizado pelo sistema da FUNDAJ (Figura 2), que abordaremos mais especificamente na seção 6. Tal sistema baseia-se no *Dublin Core*¹⁰ como padrão de metadados.

¹⁰ Para saber mais sobre *Dublin Core*, ver item 3.1.1 Metadados.



**Figura 2 - Exemplo de metadados do sistema da FUNDAJ.
Rótulo do cigarro Patriota.**

Fonte: Site da FUNDAJ.

Os metadados título, páginas, resumo, idioma, palavras-chave e disponibilidade não permitem a visualização do significado da imagem, ou seja, o porquê de terem usado as figuras de anjos no emblema, o motivo pelo qual escolheram a figura de Souto Maior para representar em primeiro plano um rótulo de cigarro intitulado Patriota, dentre outros detalhes.

Seria interessante que o sistema associasse a descrição física com a utilização de algum sistema de organização do conhecimento (tesauros, ontologias)

que viabilizasse a pesquisa para o usuário saber não apenas que o rótulo é constituído por anjos, um homem, etc., porém, que fornecesse informações associadas à gestão do conhecimento intrínseco na imagem: questões políticas, sociais, econômicas e culturais do Brasil em determinado período.

Apesar da sua relevância em processo de busca e recuperação de informações na web, padrões de metadados como o *Dublin Core*, por exemplo, foram construídos de modo genérico e não atendem a todas as peculiaridades da representação da imagem. Conforme Miranda (2007),

A recuperação com base em atributos é realizada usando expressões booleanas que podem envolver vários atributos do metadado. Basicamente, a recuperação com base em atributos é um caso particular da recuperação com base em texto, pois, os valores dos atributos do metadado geralmente são baseados em linguagem natural (MIRANDA, 2007, p. 24).

Percebemos que as duas técnicas citadas apresentam certa inabilidade em analisar as fotografias sob o ponto de vista semântico (significados inerentes às imagens). Lima-Marques, Manini e Miranda (2007) dizem que o conteúdo informacional, ou seja, o que a imagem mostra, é denominado de conteúdo semântico. Porém, acrescentamos que é importante considerar que a

semântica (significado) da imagem nem sempre é perceptível, ela muitas vezes está subentendida. Empreendimentos para solucionar esse problema têm se utilizado das ontologias para melhorar a recuperação, tal como Hollink *et al.* (200-), Muda (2008).

Muda (2008) afirma que os sistemas de anotação imagética atuais podem reconhecer e identificar uma praia e um oceano em uma imagem, porém não conseguem representar o fato de que eles estão próximos uns dos outros, ou seja, as relações espaciais entre eles. Além disso, que o coqueiro está dentro da praia; a praia fica ao lado do oceano; o oceano está abaixo do céu, etc. Portanto, para enriquecer a descrição semântica da informação visual, é importante que o sistema capture tais relações.

O objetivo da pesquisa de Muda (2008) foi desenvolver uma nova abordagem ou técnica para reforço dos sistemas de anotação de imagem, seja através de meios automáticos ou semi-automático, capturando as relações espaciais entre as regiões marcadas ou objetos em imagens e incorporando esse conhecimento em uma base de conhecimento, tais como uma ontologia, considerando-a imprescindível para uma anotação semântica de alto nível.

A autora supracitada afirma que, em função da subjetividade e polissemia inerente às imagens, é importante que o processo de anotação seja semi-automático ou automático. Neste último caso, embora exista muita pesquisa sobre a anotação automática de imagem, os resultados muitas vezes realmente não satisfazem as exigências de recuperação por causa da flexibilidade e variedade de necessidades do usuário (MUDA, 2008).

Nesta perspectiva, é interessante que um sistema de recuperação de imagem digital possa oferecer ao usuário o conteúdo visual intrínseco e suas relações semânticas com outros conteúdos imagéticos.

Desta forma, “os agentes de software poderão ser capazes de pesquisar, recuperar e analisar a informação visual de forma mais poderosa” (MUDA, 2008, p. 1).

O princípio de indexação de imagens com base em ontologias pode ser encontrado também em Schreiber *et al* (2001), o qual diz que a descrição de imagens usando ontologias consiste basicamente em associar conceitos e instância à imagem. Logo, a descrição de imagens fica bem mais rica, pois ela herda não apenas um termo, mas o termo acompanhado de sua definição, seus atributos e as relações entre eles.

Silva (2004) defende o uso de ontologias de imagens com o seguinte argumento:

visando a eliminação da lacuna “objetosemântica”, a contribuição da ontologia é fundamental, pois focando o aspecto semântico do processo propicia a ligação entre o objeto/estrutura e o conhecimento/aplicação das imagens no seu domínio (SILVA, 2004, p. 6).

Segundo Miranda (2007), é mais completa a descrição de imagens usando ontologias, pois não é somente um conjunto de atributos/valor, como na abordagem por atributo, mas também o uso das relações conceituais desses atributos. Ele reforça este argumento quando expõe que:

O indexador inicia o processo de descrição a partir da seleção de uma categoria de alto nível e segue expandindo a hierarquia de conceitos até encontrar um conceito que melhor descreva a imagem; se não encontrá-lo, o indexador pode criar uma instância do conceito (MIRANDA, 2007, p. 25).

A mesma árvore de categorias usada pelo indexador pode ser utilizada pelo usuário no momento da pesquisa, ou seja, o usuário pode elaborar sua expressão de busca dentro do que está sendo fornecido pela hierarquia de conceitos, as quais resolvem o problema da ambiguidade de termos,

problema muito frequente em recuperação da informação.

Um bom exemplo é Styrman (2005) que apresentou a indexação e recuperação de imagens baseadas em ontologias, focando o desenvolvimento da ontologia na **representação do domínio** para acervos de imagens da Universidade de Helsinki.

Apesar de citarmos tais exemplos, consideramos o mais representativo para a atual pesquisa a ontologia desenvolvida na Universidade de Brasília para a representação da imagem com base no conteúdo semântico, tornando-a **independente do domínio**, conforme ilustrado na figura 3:

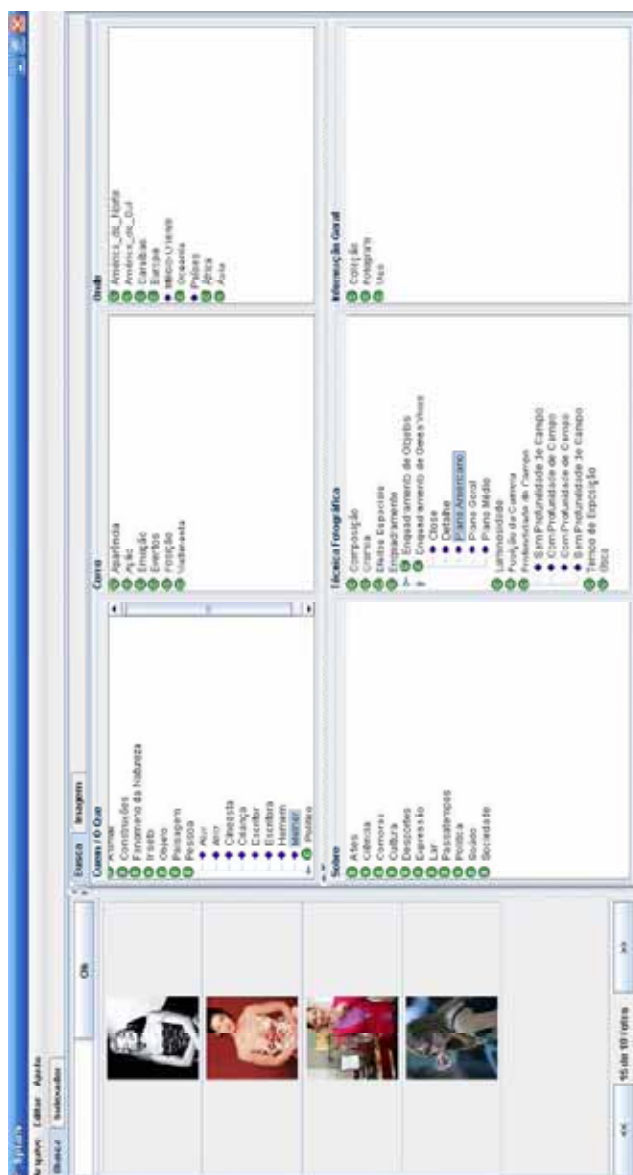


Figura 3 - Protótipo de recuperação de imagens com base em facetas
Fonte: Lima-Marques; Manini; Miranda (2007, p.12).

O protótipo de busca de imagens empregou dois métodos de recuperação: o método de busca com base em facetas do conteúdo semântico e o método com base em palavras-chave (LIMA-MARQUES; MANINI; MIRANDA, 2007, p. 13).

A ontologia desenvolvida pelos autores seguiu uma estrutura conceitual para responder questões relacionadas à análise documentária de imagens propostas por Shatford (1986 *apud* Smit, 1996) quanto à indexação de imagens: QUEM/O QUE, QUANDO, COMO, ONDE e SOBRE, e a ontologia foi criada também para auxiliar na indexação da técnica fotográfica e do **conteúdo não visual**, com as categorias COMO e SOBRE.

Conforme Panofsky (1978) *apud* Smit (1996, p. 30), existem três níveis de análise de imagem, considerados pela Análise Documentária da Imagem:

Nível **pré-iconográfico**: nele são descritos, genericamente, os objetos e ações representados pela imagem;

Nível **iconográfico**: estabelece o assunto secundário ou convencional ilustrado pela imagem. Trata-se, em suma, da determinação do significado mítico, abstrato ou simbólico da imagem, sintetizado a partir de seus elementos componentes, detectados pela análise pré-iconográfica;

Nível **iconológico**: propõe uma interpretação do significado intrínseco do conteúdo da imagem. A análise iconológica constrói-se a partir das

anteriores, mas recebe fortes influências do conhecimento do analista sobre o ambiente cultural, artístico e social no qual a imagem foi gerada (PANOFSKY, 1978 *apud* SMIT, 1996, p. 30).

A autora supracitada acrescenta um exemplo elucidativo, referindo-se aos dois primeiros níveis, sobre a figura de uma ponte: esta como a categoria genérica das pontes, como também, representando uma ponte particular, como por exemplo, a Ponte das Bandeiras (SMIT, 1996).

E diz que usar os dois níveis de descrição ou priorizar um deles é questão que precisa ser definida a depender do perfil do usuário e da política do sistema. Ao abordar sobre o terceiro nível, Smit (1996) cita que a imagem de um homem levantando o chapéu permite descrever a imagem pelos elementos visíveis: objeto enfocado, homem, ação de tirar o chapéu. Entretanto, salienta que:

o significado expressivo não é apreendido pela identificação dos componentes da imagem, mas pelo 'significado' que pode ser atribuído ao conjunto destes (p. ex.: o gesto diz que o homem está de bom humor ou que seu sentido de normas sociais fala mais alto do que os problemas) (SMIT, 1996, p. 31).

Verificamos, portanto, que a área de Análise Documentária da Imagem considera relevante a

interpretação do conteúdo visual. Com relação às marcas registradas da JUCEPE, podemos iniciar afirmando que transpõem características gráficas de traços e letras. E, também, os elementos descritivos que se referirem ao texto apenas não serão suficientes para descrever tal tipologia documental em ambiente digital.

A fim de refletir sobre metodologias de descrição semântica para registros de marcas históricos em ambientes digitais, recorreremos à Web Semântica, tema que trata das ontologias mais especificamente e que são consideradas sistemas de organização do conhecimento na Ciência da Informação. Neste sentido, diante da necessidade de representar o conteúdo semântico (significado) contido nos registros de marcas, seja o conhecimento contido na parte textual ou imagética, recorreremos à literatura na área de Web Semântica para verificar quais elementos podem contribuir para uma proposta teórica de organização de registros de marcas históricas em um sistema de informação.

3 WEB SEMÂNTICA

Problemas relacionados à recuperação da informação relevante podem estar ligados à incapacidade de os sistemas processarem o conteúdo semântico dos documentos. Diante disso, nessa seção procuramos trazer reflexões a respeito das contribuições que podem ser dadas pela *web* semântica para tentar solucionar o caos informacional na Rede, oferecendo ferramentas que viabilizem uma melhor representação de conteúdos em ambiente digital. O capítulo apresenta as seguintes subseções: 3.1 Conceitos associados à Web Semântica; 3.1.1 Metadados; 3.1.2 Ontologias.

Antes de discutirmos sobre a *Web Semântica*, traremos inicialmente o conceito da palavra *semântica*: “Ramo da linguística que se ocupa do estudo da significação das palavras; estudo dessas significações através do tempo e do espaço” (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 401). Cunha e Cavalcanti (2008) dizem que a semântica pode ocupar-se da significação ao nível da palavra, da sentença, do discurso ou do texto.

Oliveira (2008, p. 14) aborda que John Locke, no século XVII, lembrou que “a função das palavras é permitir a comunicação entre pessoas e que as

palavras resultam de convenções sociais.” O autor acrescenta que “o significado de uma palavra é arbitrário, determinado socialmente, i.e., convencionado pela comunidade linguística” (OLIVEIRA, 2008, p. 16).

Por outro lado, Chateaubriand (1998) *apud* Pickler (2007, p. 69) afirma que “a semântica é a disciplina que estuda a relação da linguagem com a realidade, ou seja, a relação linguagem-mundo.”

Diante do exposto, podemos considerar que a semântica é o estudo do significado das palavras, onde este estará relacionado com uma convenção social e com os modelos cognitivos individuais. Além disso, acrescentamos que o significado de uma palavra dependerá do contexto em que ela estiver inserida, até porque uma mesma palavra pode ter significados/sentidos diferentes.

Um exemplo que podemos citar é *cabeça*, que pode significar: “extremidade superior do corpo humano”; “a sede da razão, do raciocínio”; “pessoa muito inteligente e/ou culta”; “a extremidade mais dilatada de um objeto” (FERREIRA, 1999 *apud* OLIVEIRA, 2008, p. 19).

A semântica tem sido tratada não apenas no universo linguístico. Pesquisas na área de Ciência da Informação, Ciência da Computação e Inteligência

Artificial têm sido realizadas a fim de melhorar a recuperação da informação e do conhecimento no mundo digital. Tais estudos estão relacionados à necessidade de recuperação de conteúdo semântico de documentos, o que tem implicado esforços empreendidos no sentido de implementação de uma rede de informações dotada de significados, ou seja, uma *Web Semântica*.

Relacionando o termo semântica com a *web semântica*, Pickler (2007) aborda que

Se as palavras codificam um sentido de várias maneiras, podemos entender que a Semântica é o estudo da função das palavras, função essa de transmitir um sentido e um significado relativos a um conteúdo. Sendo assim, percebemos que, se a intenção inicial da *Web Semântica* é justamente acrescentar semântica ao conteúdo da *Web*, essa semântica servirá para determinar o sentido de um termo no contexto de um determinado documento (PICKLER, 2007, p. 69).

Ao realizarmos uma pesquisa na *web*, percebemos que o processo de recuperação de informações ainda ocorre no nível do léxico (o termo em si), pouco importando o conteúdo semântico dos documentos. Por isso, a dificuldade de localizar uma informação específica em determinado contexto. Na maioria das vezes que efetuamos uma busca por um termo específico, recuperamos considerável número de registros que não condizem com a expectativa

inicial, ou seja, correspondem a significados diferentes do almejado.

Conforme citado anteriormente, encontramos em um período de avanços e mudanças no que diz respeito à organização da informação na *Web*. Especialistas na área de CI e CC têm explorado e desenvolvido ferramentas que contribuem para efetivar maior precisão no processo de busca e recuperação da informação em ambientes digitais, como, por exemplo, a proposta da *Web Semântica* pode ser uma alternativa favorável à recuperação de conteúdos no ciberespaço.

Ao longo dos anos, os métodos e técnicas de organização da informação na *web* foram se alterando de tal maneira que evoluíram da primeira à terceira geração (FEITOSA, 2006). Entretanto, não podemos afirmar ainda que estamos na terceira geração ou *Web Semântica*, visto que as implementações das tecnologias utilizadas neste projeto não envolvem toda a *web*, mas situações pontuais.

O início da *WWW* é chamado de primeira geração por alguns autores, a qual se refere à “construção da própria rede, onde os usuários caracterizam-se como consumidores passivos das informações disponibilizadas” (RAMALHO, 2010, p. 50). Constituída por páginas em HTML (*Hypertext Markup Language*), linguagem de marcação que possui

um conjunto fixo de *tags*¹¹ que permitem a definição da aparência da página, a *Web 1.0*, não impõe uma estruturação semântica das informações (FERNEDA, 2003).

Caracterizada por páginas estáticas, a *Web 1.0* foi gerando espaço para a segunda geração, chamada de *Web 2.0*, onde se permite ao usuário disponibilizar e também organizar o seu próprio conteúdo, caracterizando um ambiente colaborativo no qual usuários são produtores de conteúdos. Além disso, há o uso de linguagem livre, expressa mediante folksonomia, palavras-chave denominadas etiquetas (*tags*), problemas de sinonímia e polissemia.

Em 2004, Tim O'Reilly e Dale Dougherty da *O'Reilly Media*¹² utilizaram pela primeira vez o termo *Web 2.0* para descrever os modelos e tendências de negócios que sobreviveram à crise do setor de tecnologia no final da década de 1990 (O'REILLY, 2005 *apud* RAMALHO, 2010, p. 50).

Ainda a respeito da *Web 2.0*, Robredo (2010) afirma que

pode-se dizer que a *Web 2.0* é vista por alguns como uma segunda geração do desenho e da

¹¹ As *tags* são palavras-chave, rótulos ou breves descrições criadas pelos usuários para classificar conteúdos disponíveis na Internet a partir de vocabulário próprio (SANTINI; SOUZA, 2010, p. 3).

¹² <http://oreilly.com>

evolução da Web, que facilita a comunicação e o compartilhamento da informação, a interoperabilidade e a colaboração, com a subsequente proliferação de redes comunitárias e sociais, hospedagem de serviços e aplicações, compartilhamento de vídeos, wikis¹³, blogs e folksonomias (ROBREDO, 2010, p. 16).

Outra característica da *Web 2.0* apresentada, a folksonomia, é definida por Rodrigues e Moreira (2010, p. 5) como

o processo de indexação adotado por muitos dos sistemas de compartilhamento de arquivos na internet, atualmente. Neles a representação do conteúdo é feita em linguagem livre do usuário, sem qualquer tipo de intervenção direta de gestores ou mecanismos de organização especializados (RODRIGUES; MOREIRA, 2010, p. 5).

“As social tags, também chamadas de folksonomia, referem-se aos conjuntos de tags individuais compartilhados por uma comunidade de usuários”. Caracterizam-se por apresentar vocabulário não estruturado e que não possuem limite linguístico (SANTINI; SOUZA, 2010, p. 4).

¹³Termo utilizado para designar um tipo específico de página Web que se baseia em documentos de hipertextos criados de modo colaborativo (RAMALHO, 2010, p. 50).

Quanto à sinonímia e polissemia, podemos afirmar que constituem entraves para a precisão no processo de busca e recuperação da informação. Temos, na Língua Portuguesa, por exemplo, palavras diferentes, mas que possuem o mesmo significado, ou seja, são sinônimas. Com isso, cada uma delas pode representar determinado objeto informacional, gerando multiplicidade de descrições.

Outra questão a ser considerada, é a multiplicidade de significados. Nela estão inseridas a polissemia e homonímia. A primeira refere-se ao “fenômeno semântico em que uma mesma palavra tem dois ou mais significados inter-relacionados, podendo, portanto, ocorrer em contextos diferentes”. A homonímia diz respeito ao “fenômeno semântico em que duas ou mais palavras de significados diferentes têm a mesma grafia e/ou a mesma pronúncia.” (OLIVEIRA, 2008, p. 19).

Exemplo de polissemia: **cabeça**

*Extremidade do corpo que contém órgãos como os da visão, audição, olfato etc;
A sede da razão, do raciocínio;
Pessoa muito inteligente ou culta.*

(OLIVEIRA, 2008, p. 19)

Exemplo de homonímia: **manga**

*Manga cujo significado se aplica à manga da camisa;
E como forma da terceira pessoa do singular no presente do indicativo do verbo mangar.*

(OLIVEIRA, 2008, p. 19)

Ainda relacionado à homonímia, Oliveira (2008) acrescenta que

as palavras homônimas podem ser subdivididas em homógrafas e homófonas. As homógrafas são palavras que possuem a mesma forma gráfica. Por exemplo, *espeto*, substantivo, e *espeto*, forma da primeira pessoa no presente do indicativo do verbo *espetar*, são homógrafas. As homófonas são palavras que possuem a mesma forma fonológica como os verbos *caçar* e *cassar* [...] (OLIVEIRA, 2008, p. 19).

Diante do exposto, verificamos que a indexação, na *Web 2.0*, é livre, ou seja, em linguagem natural, a qual não controla as ambiguidades da língua apresentadas, o que provoca efeitos negativos na recuperação da informação (CAFÉ; SALES, 2010, p. 119).

A terceira geração, chamada de *Web Semântica*, não é uma *web* separada, mas uma extensão da atual. Ela foi proposta por Tim Bernes-Lee, James Hendler e Ora Lassila, quando publicaram o artigo intitulado

“Web Semântica: um novo formato de conteúdo para a Web que tem significado para computadores vai iniciar uma revolução de novas possibilidades” na Revista *Scientific American* (BERNERS-LEE; HENDLER; LASSILA, 2001), com o intuito de aperfeiçoar as pesquisas realizadas na *web* e permite a extração automática do conteúdo semântico da informação contida nas páginas da Internet, deixando de ser apenas um repositório de documentos.

Nesse artigo, os autores dizem que a *Web Semântica* trará significado e estrutura às páginas *web*, criando um ambiente em que agentes de *software* possam percorrer de página em página para executar tarefas sofisticadas para os usuários. Apesar de dez anos passados após a apresentação do projeto *Web Semântica* por Berners-Lee, ainda há muito a ser realizado para a sua total concretização.

Na figura 4, estão ilustradas as gerações da *web* apresentadas, incluindo uma quarta geração:

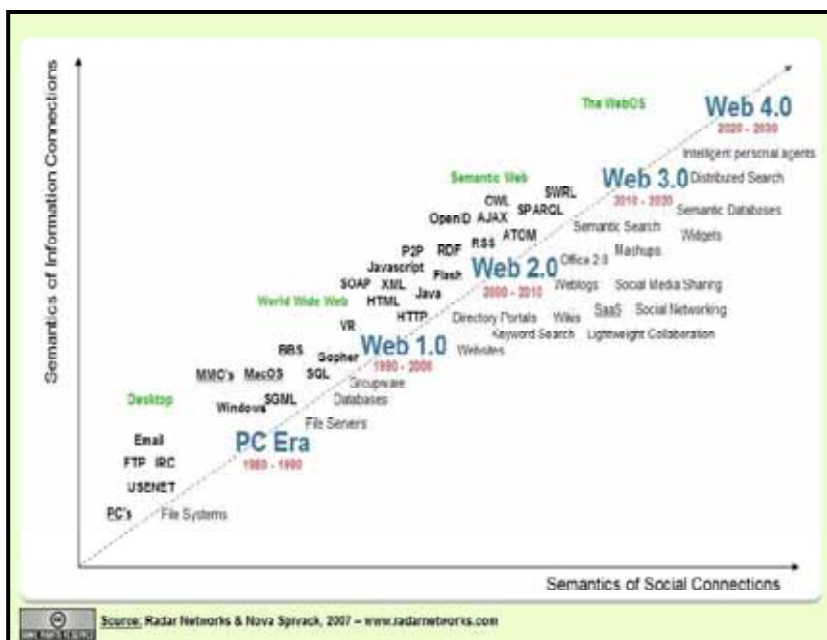


Figura 4 - Passado – Presente – Futuro da Web

Fonte: Spivack (2007) *apud* Ramalho (2010).

Ao fazer referência ao passado, presente e futuro da *web*, Ramalho (2010) coloca que Spivack não apenas apresenta o início das tecnologias relacionadas à Web 1.0, Web 2.0 e Web 3.0, mas também aborda sobre o termo Web 4.0, “sugerindo uma nova geração de tecnologias Web em Sistemas Operacionais *online*” (RAMALHO, 2010, p 51).

Podemos perceber, com a figura 4, que no início não havia uso de recursos de organização da informação, o foco predominante era a “construção da

própria Rede e os usuários caracterizavam-se como consumidores passivos das informações disponibilizadas” (RAMALHO, 2010, p. 50).

Posteriormente, na *Web 2.0*, inicia a participação dos usuários como produtores de informação, compartilhando conteúdos: uma *web* mais social, entretanto, ainda sem uso de princípios de OI mais sedimentados. Posteriormente, é apresentada uma *web* mais inteligente, que usa linguagens de representação/organização da informação para proporcionar uma maior precisão no processo de recuperação da informação e conhecimento.

A disponibilização de conteúdos digitais de forma organizada, viabilizando a recuperação de informações e suas relações conceituais, dentro de uma área do conhecimento, beneficia a preservação da memória e o fluxo de estoques de conhecimento, tais como os apresentados nesta pesquisa (marcas registradas da JUCEPE). Vale salientar que o processo de organização em sistemas de informação precisa ser previamente refletido, ou seja, planejado de acordo com as necessidades do usuário e não com a comodidade de quem está implantando o sistema. Elaborar métodos de tratamento da informação posteriormente à implantação do sistema pode ocasionar falhas incorrigíveis.

Os estoques de memória, similares ao acervo de registro de marcas da JUCEPE, apresentam características próprias e valor inerente, os quais servem de fonte de informação histórica. Pensar uma forma de categorização/ordenação deste acervo para um possível uso em ambiente digital merece planejamento adequado, pensando na possibilidade dele constituir subsídio teórico para pesquisas e na inovação que ele pode proporcionar. Além disso, esta estruturação informacional merece estar associada às necessidades potenciais dos usuários e a tecnologias que combatam a polissemia e ambiguidade no momento da recuperação.

Os propósitos da *Web Semântica* poderão contribuir atribuindo sentido aos acervos, permitindo, além de inferências automáticas, uma melhor recuperação das informações, visto que um de seus propósitos é utilizar-se de ferramentas que indexam de forma mais eficiente os conteúdos dos documentos em ambiente digital, viabilizando maior seletividade no momento da busca.

Ainda na visão de Ramalho (2010),

as denominações utilizadas para conceituar o ambiente Web têm essencialmente a intenção de alterar a forma como compreendemos tal ambiente, favorecendo uma maior divulgação de novas concepções, contudo não representam uma ruptura em relação às tecnologias utilizadas

e, muitas vezes acarretam uma pluralidade semântica desnecessária, ao apresentar novas denominações para conceitos já estabelecidos, como é o caso da Web Semântica e Web 3.0 (RAMALHO, 2010, p. 51).

Independente das denominações utilizadas, vale refletir sobre os benefícios que as tecnologias *web* têm proporcionado às diversas áreas do saber e, especificamente, se o projeto *Web Semântica* pode contribuir, não apenas para a interação entre pessoas, mas, além disso, se proporciona a rapidez no acesso a informações relevantes, possibilitando a apropriação dos conceitos relacionados a elas e, conseqüentemente, ampliando conhecimentos.

Com relação à recuperação de imagens, isso ocorre de forma mais agravante, pois “a documentação de imagens exige técnicas que, na maioria das vezes, são desconhecidas pelos informatas”. O resultado da busca por uma imagem específica se dá de forma sintática, geralmente relacionada ao texto que acompanha a imagem, e não ao conteúdo visual especificamente (o conteúdo semântico), “tornando-as virtualmente irrecuperáveis por não existir uma descrição associada a elas” (LIMA-MARQUES; MANINI; MIRANDA, 2007, p. 3).

Complementando suas idéias, Lima-Marques, Manini e Miranda (2007), dizem que

O processo de transferência da informação imagética para a informação verbal é negligenciado; conseqüentemente, a indexação da imagem é, muitas vezes, realizada levando em conta somente a legenda da fotografia, que, de acordo com as metodologias de documentação de imagem, é apenas uma pequena parte da informação que pode estar associada à imagem (LIMA-MARQUES; MANINI; MIRANDA, 2007, p. 3).

Com o intuito de exemplificar o que foi exposto, efetuamos uma busca por uma imagem adotando a palavra **Recife**. Obtivemos uma multiplicidade de resultados, não necessariamente baseados no conteúdo da imagem, mas geralmente a algum texto que está próximo à foto. Exemplos: (Figuras 5 e 6).



Figura 5 - Vista aérea do Recife

Fonte: <http://dudabrama.wordpress.com/2009/12/19/mauritzstadt/>



Localização: **Recife,
Pernambuco, Brasil**

Data de publicação:
Janeiro, 25

Figura 6 - Divulgação de vendedora de plantas

Fonte: <http://recife.olx.com.br/grama-esmeralda-plantas-jardins-recife-pernambuco-plantas-iid-38247538>

Percebemos que a segunda imagem não está diretamente relacionada a uma fotografia da cidade do Recife, porém, foi incluída no resultado somente porque um fragmento do texto próximo à imagem constava a palavra Recife, logo, a resposta, além de descontextualizada, é genérica.

Diante disso, a proposta da *Web Semântica* inclui minimizar tal generalidade apresentada e a imprecisão na recuperação da informação, pois os agentes inteligentes farão inferências automáticas a partir de informações estruturadas por metadados e ontologias, que as últimas controlam o vocabulário e permitem que a máquina possa viabilizar uma recuperação da informação um pouco mais precisa

através dos agentes de software que fazem as inferências conforme a estratégia de busca.

Apresentamos a seguir, no contexto da Ciência da Informação (CI), algumas definições de *Web Semântica* que consideramos importante incluí-las no intuito de contribuir para ampliar a nossa compreensão sobre o tema.

A web semântica é a criação e implantação de padrões tecnológicos que permitem que dados sejam compartilhados e reusados. É um esforço colaborativo liderado pela W3C com participação de um grande número de pesquisadores e empresas. Está baseado na RDF (*Resource Description Framework*), que integra uma variedade de aplicações usando XML (*eXtensible Markup Language*) para sintaxe e URIs (*Uniform Resource Identifier*) para identificação (CARLAN, 2006, p. 60).¹⁴

Acrescentamos ainda o conceito trazido por Pickler (2007), quando diz que a Web Semântica acrescenta semântica ao atual formato de representação dos dados.

Uma ferramenta inteligente, que trabalha através de associação e dedução. Sob essa perspectiva, a tarefa de verificar o assunto do documento ficaria a cargo das máquinas,

¹⁴Para mais informações sobre o W3C (*World Wide Web Consortium*), ver <http://www.w3.org/>. E para W3C Escritório Brasil, ver <http://www.w3c.br/>.

poupando tempo e trabalho a quem realizasse uma busca (PICKLER, 2007, p. 67).

Percebemos, portanto, que a *Web Semântica* é compreendida como um projeto que poderá ofertar grandes benefícios para a sociedade, tendo em vista que seus propósitos guardam relações intrínsecas com os interesses de guarda, preservação da memória técnico-científica e social e, principalmente, com o intuito de otimizar a comunicação e o uso de estoques de conhecimento, fornecendo um resultado de busca mais preciso, ao trabalhar conceitos dentro de uma área específica e suas relações semânticas.

Além disso, podemos perceber também que a ação mais inteligente dos agentes poderá interpretar melhor os conteúdos das páginas, ou seja, poderão inferir muito melhor sobre o que tratam.

Quanto aos benefícios diretos para o acervo digital da JUCEPE, com os recursos dessa *web* inteligente, os documentos poderão ser indexados de forma mais precisa, conforme uso de metadados e ontologias e, conseqüentemente, recuperados pela comunidade de usuários que ainda desconhece o potencial de tal acervo, ou seja, poderá viabilizar a permanência continuada e compartilhamento de informações para uso imediato e das gerações futuras.

Além disso, a elaboração de uma proposta de organização do acervo citado, baseado nos princípios e tecnologias utilizadas na *Web Semântica*, servirá de subsídio teórico e metodológico, os quais permitirão o reuso dessas tecnologias para acervos de outras instituições semelhantes.

O campo de estudo da CI há muito tempo se volta para a guarda, preservação e disseminação de conteúdos informacionais, desenvolvendo metodologias de representação e organização da informação/conhecimento, no intuito de permitir um acesso adequado, o que condiz com os objetivos dessa “*web inteligente*” que vem sendo proposta.

Por meio do quadro 1, Robredo (2010, p. 33) demonstra conceitos e princípios, os quais se aperfeiçoaram e se ampliaram no decorrer dos anos, e que retornam atualmente, em ambiente *Web*, com outros nomes, “apresentados com novas linguagens e representados, ordenados, processados, transmitidos e aplicados com novos códigos.”

Web / Web semântica	Ciência da Informação
Agentes de recomendação	Políticas de aquisição; Lei de Bradford
Ambiguidade / desambiguação	Sinonímia; polissemia. (nos tesouros: use; veja também) [para tal termo use tal outro]
Compartilhamento	Catálogos coletivos
Formato de comunicação e intercâmbio de dados	Norma ISO 2709, velha de mais de 40 anos, é atualizada periodicamente
Identificadores / Localizadores (URLs, URIs...)	Número de chamada, etc.
Inferência	Curvas estocásticas sobre séries históricas.
Interoperabilidade	OCLC, etc.
Linguagens de marcas; hyperlinks	Remissivas
Metadados	Dublin Core (metadados e qualificadores)
Ontologias (pobres filósofos se remexendo nos seus túmulos seculares!)	Clusters temáticos; métricas da informação
Open systems/ Sistemas abertos	OPACs
Parsers	Indexação automática
Relações entre conceitos	Descritores compostos; adjacência; proximidade

Reuso	Pesquisa bibliográfica; este trabalho
Reverse file	Arquivo invertido
Tags	Etiquetas; tags; campos de dados; Unesco/Unisist; CDS/ISIS; MARC
Taxonomias	Sistemas de classificação; tesauros
Template	Planilha/Folha de entrada

Quadro 1 - Comparação entre termos e expressões da Ciência da Informação e da Web Semântica

Fonte: Robredo (2010, p. 33).

O autor supracitado acrescenta que tais práticas se enquadram nos paradigmas de uma “Ciência da Informação revisitada e expandida, como também se enquadrariam as práticas e tecnologias dos ambientes Web.” (ROBREDO, 2010, p. 28).

Ressaltamos o aspecto da ambiguidade/desambiguação relacionado à sinonímia/polissemia (constantes no quadro 1), estas já tratadas desde o início dos estudos dos tesauros na CI. Nesta perspectiva, percebemos que muitas são as temáticas da CI que podem remeter aos propósitos da *web* semântica, comprovando que as aplicações necessárias para o sucesso dessa *web* inteligente estão diretamente relacionadas a pesquisas em representação e organização da informação/conhecimento constantes na Ciência da Informação.

Quanto ao objetivo dessa *web* inteligente, Carlan (2006) nos afirma que é a transformação do conteúdo atual da *web* em um formato em que o significado da informação seja entendido não apenas por humanos, mas pelos computadores também, “de forma que agentes inteligentes recuperem e manipulem as informações pertinentes.” (CARLAN, 2006, p. 60).

O processo de interpretação atual das informações disponíveis na *web* pode comprometer um dos propósitos da *web* que é ampliar conhecimentos, pois o dispêndio de tempo para a realização de uma pesquisa em ambiente digital não condiz com a velocidade apresentada em sua proposta inicial, visto que o usuário precisa avaliar cada página recuperada para certificar se, de fato, há a informação no sentido e contexto desejados.

Apesar de compreendermos a necessidade da máquina realizar inferências, podemos afirmar que a visão da Ciência da Informação sobre a *Web Semântica* extrapola tal característica de interpretação informacional pelo computador, e sim, visa estabelecer uma proximidade maior do usuário com estoques de conhecimento de forma estruturada que, muitas vezes, ficam inacessíveis na *web* tradicional.

Assim, observa-se que comparando com as abordagens tradicionalmente desenvolvidas, o

projeto Web Semântica constitui-se como uma tentativa inversa de solução que tem como objetivo desenvolver meios para que as máquinas possam servir aos humanos de maneira mais eficiente, mas para isso torna-se necessário construir instrumentos que forneçam sentido lógico e semântico aos computadores (RAMALHO; VIDOTTI; FUJITA, 2007, p. 2).

O *Google*, por exemplo, adquiriu a *Metaweb*, que é uma empresa especializada no campo da *Web Semântica* - a qual criou o *Freebase*, um banco de dados aberto com dados sobre pessoas, lugares e várias outras informações relacionadas entre si – a fim de melhorar suas ferramentas de busca. Tem como objetivo ser um grande repositório de conhecimento humano (CAMARGO, 2010?).

O *freebase* é uma base de dados aberta, na qual os dados alimentados pelos usuários se conectam entre si, a partir de uma classificação temática e por sessões, ou seja, tipos e propriedades, bem como as relações entre elas. Utilizam o termo *Schema*¹⁵ para se referir a como os dados são estruturados. Um *schema* é expresso por meio de tipos e propriedades, permitindo um controle semântico das informações, visto que as propriedades atuam como elemento de desambiguação.

¹⁵ <http://wiki.freebase.com/wiki/Schema>

As aplicações da web semântica são variadas. Segundo Dziekaniak; Kirinus, (2004),

existem projetos em desenvolvimento em várias comunidades científicas internacionais visando criar ferramentas para descrição de recursos eletrônicos, ou seja, para que os computadores consigam interpretar a linguagem humana e até mesmo indexar de forma eletrônica os documentos inseridos na Internet ou nas bases de dados destas próprias comunidades científicas (DZIEKANIAK; KIRINUS, 2004, p. 30).

São exemplos desses projetos (Quadro 2):

CHIP Project http://www.chip-project.org/demo/	Recomendações baseadas em coleções de museus semanticamente enriquecidas (WANG et al., 2008).
REFLECT http://reflect.ws	Serviço gratuito que tem uma abordagem mais prática: Reflect usa navegação ampliada para permitir que os usuários finais adicionem anotações semânticas para qualquer página da web em tempo real (O'DONOGHUE, 2010, p. 182, tradução nossa).
Projeto INDEXA	Desenvolvido na Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. O objetivo do Projeto é a criação de uma gama de ferramentas que auxiliem pessoas ou entidades que disponibilizam informações na Web a tornar suas informações mais fáceis de serem encontradas.

Projeto SIMILE - Semantic Interoperability of Metadata and Information in unLike Environments About">http://simile.mit.edu/wiki/SIMILE>About http://simile.mit.edu/	(Interoperabilidade Semântica de Metadados e Informação em Ambientes Diferentes) - executado pelas bibliotecas do Massachussets Institute of Technology (MIT) e pelo Laboratório de Ciência da Computação e Inteligência Artificial (Computer Science and Artificial Intelligence Laboratory – CSAIL), também do MIT, busca reforçar a interoperabilidade entre recursos digitais, esquemas, vocabulários e ontologias, metadados e serviços.
Projeto OBAITÁ	Visa estabelecer uma abordagem integrada para aquisição, representação e raciocínio sobre componentes tácitos do conhecimento visual. A abordagem em questão faz uso de ontologias híbridas que combinam representações pictóricas e proposicionais para capturar a organização ontológica de um domínio de forma mais completa. Em desenvolvimento pelo Grupo BDI – Grupo de Banco de Dados Inteligente da UFRGS (CARBONERA, 2010).
MYCAREVENTI	Aplicação das tecnologias da <i>Web Semântica</i> ao concerto de carros. Projeto de pesquisa da Comissão Européia que reúne fabricantes de veículos, empresas de reparos, fabricantes de ferramentas para diagnóstico e especialistas em TI incluindo especialistas em <i>Web Semântica</i> (portal de serviço, terminologia e ontologia comuns) (ROBREDO, 2010).

FoaF – “Friend of a Friend” http://www.foaf-project.org/	A web semântica aplicada a redes sociais. Descreve relações entre pessoas e outros agentes.
---	---

Quadro 2 - Exemplos de projetos de aplicações da Web Semântica¹⁶

3.1 Conceitos associados à Web Semântica

Breitman (2005) diz que não está completamente definido como será construída a Web Semântica, porém, passados cinco anos, Robredo (2010, p. 30) nos apresenta exemplos de aplicações concretas da Web Semântica e como já está sendo aplicada com proveito (na área de negócios, redes sociais, experiências na construção de serviços de *e-commerce* para telefonia móvel, dentre outras), demonstrando motivos para afirmar algo diferente de Breitman.

Apresentamos alguns temas que estão presentes em todas as discussões sobre o assunto, conforme a figura 7.

¹⁶ Para mais iniciativas ligadas à Web Semântica, ver http://semanticweb.org/wiki/Main_Page

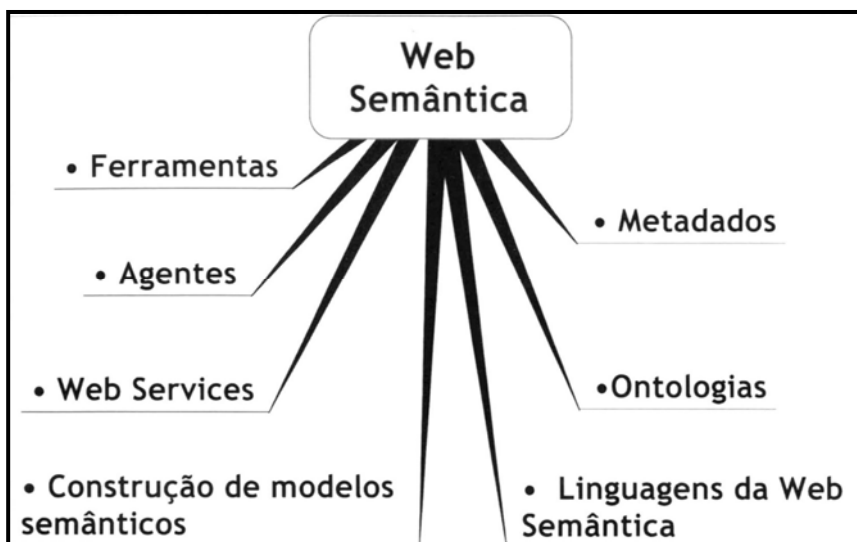


Figura 7- Temas relacionados à Web Semântica

Fonte: Breitman (2005, p. 6).

Quanto às temáticas apresentadas, vemos como mais representativos para a presente pesquisa os itens metadados e ontologias.

No domínio teórico/metodológico da Web Semântica, a gestão de conteúdos se insere como um conceito em construção, contemplando o gerenciamento das informações de um sistema/rede mediante o tratamento de conteúdos semânticos. Para que esse tratamento ocorra com qualidade, são de fundamental importância investigações relativas a padrões de intercâmbio, controle de linguagem e modelos de representação, através de metadados, vocabulários, ontologias [...] (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, p. 58).

A gestão de conteúdos surge implícita às questões relacionadas ao tratamento e acesso a conteúdos digitais e envolve operações de classificação, indexação e compatibilização de informações. Na CC, é um conceito mais recente, porém, na CI, refere-se a atividades de tratamento e recuperação da informação, já trabalhadas desde o princípio da área (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, p. 56).

As autoras citadas anteriormente adicionam que essa gestão diz respeito a uma série de procedimentos de estruturação de informações, baseando-se em uma visão integradora, onde dois conceitos tornam-se essenciais: o de **organização** e o de **comunicação** (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, grifo nosso).

Afirmam também que o conceito de organização pressupõe procedimentos classificatórios, e os conceitos de comunicação são entendidos como uma série de procedimentos que permitem a transmissão de conteúdos informacionais, a partir de uma visão integrada deles, inserindo, nesse contexto, a importância da definição de metadados e construção de terminologias padronizadas (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, p. 59).

3.1.1 Metadados

Uma das definições mais conhecidas sobre metadados é que são dados sobre dados. São informações descritivas de um documento impresso ou digital, tais como: autor, título, data, editora, local, etc. Entretanto, o mais importante a se destacar aqui é a utilidade desta ferramenta, quais seus benefícios no ambiente digital e a sua relação com a *Web Semântica*.

A definição de metadados da *International Federation of Library Associations* (IFLA) trazida por Breitman (2005) diz que “Metadados são dados sobre dados. O termo se refere a qualquer informação utilizada para a identificação, descrição e localização de recursos.” E o conceito do W3C, verificando que este está mais voltado para a *Web Semântica*: “informações para a web que podem ser compreendidas por máquinas.”

A origem do termo metadado, prefixo grego *meta* e origem latina *dato/s*, por Jack E. Myers com a intenção inicialmente sem significado algum, de utilização de um termo para designar sua empresa *Metadata Information Partners*. Esta marca METADATA® foi registrada em 1986 na Oficina de Patentes e Marcas dos Estados Unidos. Com o passar dos anos e com o desenvolvimento da teoria de metadados, o seu

uso convencional ficou vinculado à descrição de recursos na internet (BORBA, 2009, p. 88).

Ampliando o conceito descritivo de metadados e apresentando seu foco também na preservação de recursos digitais, cujo objetivo é garantir a sua sobrevivência ao longo do tempo e que permaneça acessível, Sayão (2010, p. 5) traz a definição da National Information Standard Organization (NISO)¹⁷, a qual apresenta os metadados como “a informação estruturada que descreve, explica, localiza, ou possibilita que um recurso informacional seja fácil de recuperar, usar ou gerenciar.”

De acordo com Baracho, Cendon e Alvarenga (2010),

Na ciência da informação, considera-se metadado o atributo utilizado para caracterizar uma entidade. Por exemplo, a entidade livro possui atributos tais como autor, título, número de páginas. Os atributos são inerentes à entidade enquanto os metadados são escolhidos entre os atributos de acordo com a necessidade do usuário de um sistema de recuperação da informação (BARACHO; CENDON; ALVARENGA, 2010, p. 3).

Nesta perspectiva, os metadados têm sido considerados como elementos essenciais para a

¹⁷ <http://www.niso.org/home>

melhoria do processo de recuperação de informações na *web*. São utilizados para descrição, descoberta, localização e avaliação de recursos na Rede, onde o conceito de recurso está relacionado a um objeto da *web*, identificado por uma *Uniform Resource Locator* (URL).

Metadata allows various functions to be performed on digital resources, for example, discovery, interpretation, preservation, management, representation and re-use of objects (FOULONNEAU, RILEY, 2008, p. 6)¹⁸.

Referindo-se à *Web Semântica*, Rocha (2004) afirma que os metadados descrevem os recursos na *web* e os agentes inteligentes utilizam essas descrições para auxiliar a localização e manipulação desses recursos pelos usuários.

Quanto à conceituação de metadados na literatura, Lourenço (2007) afirma que há uma variedade de pontos de vista. Dentre as tipologias/definições apresentadas pela autora, destacamos a de Kenney; Rieger; Entlich (200?) e de Gilliland-Swetland (2000).

¹⁸ “Metadados permitem várias funções a serem executadas com recursos digitais, por exemplo, a descoberta, interpretação, preservação, gestão, representação e reutilização de objetos (tradução nossa).

Segundo Kenney; Rieger; Entlich (200?), existem três tipos de metadados na área de preservação e digitalização de imagens: os metadados descritivos, que descrevem o conteúdo dos recursos informacionais; os metadados estruturais, que fornecem insumos sobre a estrutura de armazenamento das fontes de dados e os metadados administrativos, que controlam o acesso a cada um dos recursos informacionais identificados.

Gilliland-Swetland (2000) apresenta os tipos de metadados quanto a sua função, conforme podemos observar no quadro 3:

TIPO	DEFINIÇÃO	EXEMPLOS
Administrativo	Metadados utilizados na gerência e na administração de recursos de informação	Aquisição de informação Registro de direitos e reprodução Documentação dos requisitos legais de acesso Informação de localização Critérios de seleção para a digitalização Controle de versão
Descritivo	Metadados utilizados para descrever e identificar recursos de informação	Registros de catalogação Auxílio para a procura de informação Indexes especializados Utilização de hiperlinks entre recursos Anotações

Preservação	Metadados relacionados ao gerenciamento dos recursos de informação	Documentação sobre a condição física dos recursos Documentação sobre as ações tomadas de modo a preservar as versões físicas e digitais dos recursos, e.g., atualização e migração
Técnico	Metadados relacionados a funcionalidades do sistema e como seus metadados se comportam	Documentação sobre hardware e software Informação relativa à digitação, e.g., formatos, compressão, rotinas de escalonamento Registro do tempo de resposta do sistema Autenticação de dados, e.g., senhas e criptografia
De Uso	Metadados relacionados ao nível e ao tipo de utilização dos recursos	Registro de exibição Registro do uso e dos usuários dos recursos Reutilização do conteúdo e informação relativa a multiversionamento

Quadro 3- Tipos de metadados quanto a sua função

Fonte: Gilliland-Swetland (2000).

Inicialmente, identificamos o metadados descritivo como o mais adequado para o estudo proposto, tendo em vista estar relacionado à elaboração de proposta de representação da informação para fins de recuperação. Entretanto, tal opção não exclui outros tipos, mais precisamente, os

metadados de preservação. Desta forma, percebemos maior coerência na escolha das duas categorias mencionadas.

Sayão (2007) diz que “um esquema de metadados de preservação digital inclui metadados descritivos, estruturais e administrativos”.¹⁹

Em complemento, Sayão (2010) observa também que um dos maiores desafios a ser vencido pelos pesquisadores e profissionais da informação e áreas afins é a fragilidade de estruturação da informação em meio digital. Além disso, sua preservação é um problema que envolve vários aspectos, como planejamento cuidadoso, tecnologia e alto investimento orçamentário. Tal complexidade tem desestimulado as bibliotecas digitais e instituições de memória a disponibilizar seus estoques digitais para as futuras gerações.

Segundo Breitman (2005), dentre os formatos de metadados, os que tiveram maior impacto para a *Web Semântica* foram o *Dublin Core* e o *Resource Description Framework (RDF)*²⁰. Um dos padrões de metadados mais conhecido é o *Dublin Core (DC)*²¹.

¹⁹ As citações diretas que não contiverem número de páginas foram retiradas de ambiente digital.

²⁰ <http://www.w3c.org/RDF/>

²¹ <http://www.dublincore.org/>

Borba (2009, p. 59) diz que, mantido pela *Dublin Core Metadata Initiative* (DCMI), o Dublin Core é um padrão de metadados, tem suas especificações definidas pelos padrões ISO 15836-2003 e NISO Z39.85- 2001, que autorizam a descrição documental com qualidade. Ele apresenta os seguintes elementos de descrição, de acordo com o quadro 4:

Título	um título dado ao recurso
Criador	uma entidade principal responsável pela elaboração do conteúdo do recurso
Assunto	assunto referente ao conteúdo do recurso
Descrição	uma descrição sobre o conteúdo do recurso
Editor	a instituição responsável pela difusão do recurso
Contribuinte	uma entidade responsável pela contribuição ao conteúdo do recurso
Data	data associada com um evento no ciclo de vida do recurso
Tipo	a natureza ou gênero do conteúdo do recurso
Formato	manifestação física ou digital do recurso
Identificação	identificação não ambígua do recurso dentro de um dado contexto
Fonte	uma referência para um outro recurso o qual o presente recurso é derivado
Idioma	idioma do conteúdo intelectual do recurso

Relação	uma referência a um outro recurso que se relaciona com o recurso
Cobertura	a extensão ou cobertura espaço-temporal do conteúdo do recurso
Direitos	informações sobre os direitos do recurso e seu uso

Quadro 4 - Elementos de descrição do Dublin Core

Fonte: Borba (2009).

Breitman (2005) salienta que, o *Dublin Core* tem seu ponto forte relacionado à sua simplicidade, o que permite a utilização em larga escala, contudo, um fator que o enfraquece é não acomodar uma semântica mais expressiva, pois atua apenas como elemento de descrição de um recurso informacional em sentido restrito, não envolvendo significados ou conceitos relacionados. Diante disso, nada garante que dois conjuntos de metadados possam estar utilizando um conceito com significados diferentes ou dois conceitos com o mesmo significado.

O DC, embora forneça descritores extensíveis, ainda não permite descrever de forma expressiva os diferentes recursos e conteúdos disponíveis na Web, tendo em vista os agentes de *software*. Por exemplo, não é possível associar ao autor de um livro outros recursos na Web, tais como sua página pessoal, seu e-mail e a página da instituição a que ele pertence (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, p. 64).

A fim de minimizar dificuldades como as do *Dublin Core* em não descrever semanticamente os recursos na Rede, surgiu então o RDF, que é, conforme Breitman (2005),

Uma linguagem declarativa que fornece uma maneira padronizada de utilizar o XML para representar metadados no formato de sentenças sobre propriedades e relacionamentos entre itens na *Web*. Esses itens, chamados recursos, podem ser virtualmente qualquer objeto (texto, figura, vídeo e outros), desde que possuam um endereço Web (BREITMAN, 2005, p. 20).

O formato de sentenças tratado pela autora se refere ao conceito de Triplas RDF (sujeito, predicado e objeto), ou seja, três partes que compõem a informação e que são necessárias para a sua compreensão como uma unidade do conhecimento (FEITOSA, 2006).

O uso de metadados poderá permitir uma descrição mais adequada para os documentos de marcas registradas da JUCEPE, a fim de que o sistema de recuperação de marcas possa trocar dados com outros sistemas, ou seja, torne-se interoperável.

Como sua finalidade principal é documentar com elementos descritores objetos informacionais disponíveis na *web*, permite, assim, a

interoperabilidade entre sistemas (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006).

Em acréscimo a esta característica descritiva dos metadados, concordamos com Marcondes (2006) quando aborda que o objetivo dos metadados não apenas está relacionado a descrever informações em geral, viabilizando sua avaliação de relevância por usuários humanos, mas também

agenciar computadores e programas especiais, robôs e agentes de *software*, para que eles compreendam os metadados associados a documentos e possam recuperá-los, avaliar sua relevância e manipulá-los com mais eficiência (MARCONDES, 2006, p. 96).

Como podemos perceber, os metadados são ferramentas essenciais para o bom funcionamento dessa *web* mais inteligente que vem sendo apresentada. E, aplicando ao nosso objeto de estudo, o RDF poderá permitir uma extensão da descrição dos recursos, como por exemplo, permitir agregar informações biográficas ao solicitante dos registros de marca.

Vale salientar que o uso de metadados não é novidade nem surgiu com a *Web Semântica*, pois é um conceito que vem sendo estudado há vários anos pela comunidade acadêmica e profissionais de várias áreas,

como bibliotecários, arquivistas, museólogos, editores, analistas de sistemas.

Além disso, não são os metadados apenas que irão proporcionar o que a *Web Semântica* se propõe, pois “é necessário um meio que viabilize a comunicação não somente entre os sistemas, mas também entre o sistema e o usuário desse sistema.” (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, p. 60). As autoras sublinham que esse meio é a linguagem, que é composta por, no mínimo, três objetos:

a etiqueta linguística, o conteúdo conceitual e um contexto comunicacional. [...] Para cada etiqueta linguística deve existir um único conteúdo conceitual, dentro de um dado contexto, para possibilitar a comunicação, evitar ruído e garantir precisão e qualidade na recuperação das informações (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, p. 60).

É neste cenário que surgem as ontologias, as quais serão apresentadas na subseção 3.1.2 Ontologias.

3.1.2 Ontologias

Uma das tecnologias fundamentais para a *Web Semântica* são as ontologias. Elas têm sido consideradas como uma das alternativas para diminuir o problema da quantidade excessiva de registros irrelevantes no processo de busca e recuperação de informações espaço digital. Podemos verificar isso em Ramalho (2010), Freitas e Torres (2005), Vickery (1997), dentre outros.

As definições encontradas para ontologia são as mais diversas, dependendo da área do conhecimento em questão. Segundo Lima-Marques (2006),

o termo Ontologia, de acordo com sua origem etimológica, significa ciência ou estudo do “ente” ou “ser”. Ontologia é o estudo da existência de todos os tipos de entidades, abstratas ou concretas, que constituem o mundo. As duas categorias ontológicas são a observação e o raciocínio (LIMA-MARQUES, 2006, p. 17).

O termo, tendo sido apropriado pela área de Ciência da Computação na década de 1990, é apresentado por Rios (2005) da seguinte forma:

A ontologia pode ser definida como o ramo da metafísica que trata da natureza do ser. O termo, que foi adaptado pela comunidade de

inteligência artificial, serve para se referir a um conjunto de conceitos ou termos usados para descrever algumas áreas do conhecimento ou para construir uma representação deste (RIOS, 2005, p. 3).

Uma das definições mais conhecidas de ontologias na literatura de *Web Semântica* é a apresentada por Gruber (1993) “ontologia é uma especificação formal e explícita de uma conceitualização compartilhada.”

Breitman (2005) acrescenta que *conceitualização* representa um modelo abstrato de algum fenômeno que identifica os conceitos relevantes para o mesmo. *Explícita* significa que os elementos e suas restrições estão claramente definidos; *formal* significa que a ontologia deve ser passível de processamento automático, e *compartilhada* reflete a noção de que uma ontologia captura conhecimento consensual, aceito por um grupo de pessoas.

De forma mais estruturada, Silva (2007), baseado em Moreira, Alvarenga e Oliveira (2004), traz este conceito de Gruber explicado no quadro 5:

Formal	A ontologia pode ser expressa em uma linguagem formal
Explícita	É um objeto de nível simbólico
Compartilhada	O conhecimento é aceito por uma comunidade

Conceitualização	Uma conceitualização é uma visão abstrata e simplificada do mundo que nós desejamos representar para algum propósito. Toda base de conhecimento, sistema baseado em conhecimento, ou agente atuando no nível do conhecimento é comprometido com alguma conceitualização, explícita ou implicitamente.
------------------	---

Quadro 5 - Conceitos pertinentes à definição de ontologias de Gruber

Fonte: Silva (2007, p. 64).

Consideremos um exemplo de explicitação, referente a registros de marcas (figura 8):

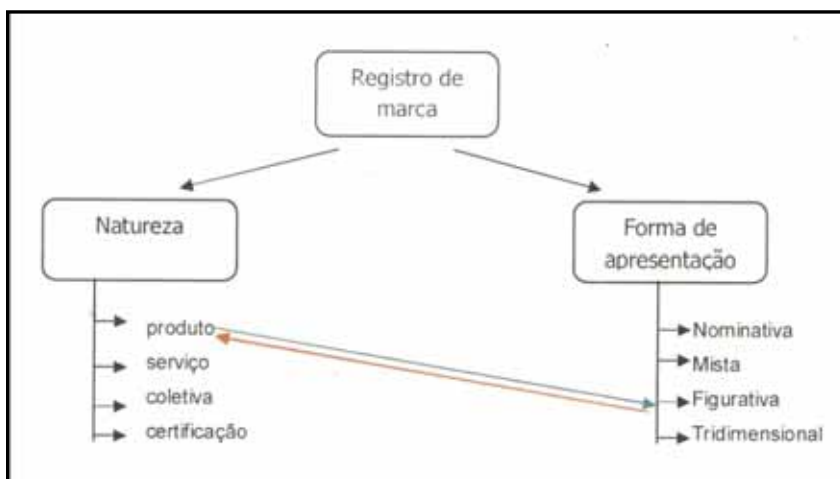


Figura 8 – Exemplo de explicitação referente a registros de marcas

No exemplo da figura 8, podemos observar os registros de marca divididos pela sua natureza ou

formas de apresentação. Poderíamos descrever como sendo a marca e seus componentes semânticos, bem como as relações que podem ser estabelecidas, neste caso, demonstramos apenas uma relação: marca de produto figurativa ou uma marca figurativa pode estar relacionada a um produto específico. Entretanto, percebemos que podem ser estabelecidas várias outras relações, visto que uma marca de produto pode ser nominativa, figurativa, mista ou tridimensional.

A fim de podermos contextualizar as ontologias na Ciência da Informação, traremos algumas definições abordadas na literatura da área. Iniciamos com Ramalho (2006), o qual define ontologia como

um artefato tecnológico que descreve um modelo conceitual de um determinado domínio em uma linguagem lógica e formal, a partir da descrição dos aspectos semânticos de conteúdos informacionais, possibilitando a realização de inferências automáticas [...] (RAMALHO, 2006, p. 97).

Em interessante artigo, Marcondes *et al.* (2008) tratam de uma proposta de modelo de publicação e registro para representar o conhecimento contido em artigos científicos em Medicina em formato inteligível por programas e defendem que os conceitos

são organizados em hierarquias de classes e possuem atributos e relações entre si. Uma ontologia é representada em linguagem

“inteligível” por programas, “agentes de software”, e usada por estes para fazer inferências sobre os conceitos. (MARCONDES *et al.*, 2008, p. 2).

E Campos e Marcondes (2008) acrescentam que as ontologias surgiram como instrumento de representação do conhecimento, no âmbito da Inteligência Artificial, na década de 1990.

Para os sistemas de Inteligência Artificial, o que existe é o que pode ser representado. Quando o conhecimento de um domínio é representado em uma linguagem declarativa, o conjunto de objetos que podem ser representados é chamado de universo do discurso. Foi nesse sentido que surgiram as ontologias, com o intuito de descrever dados manipulados por programas, através da definição de um conjunto de termos que pudessem representar domínios e tarefas a serem executadas por estes programas (CAMPOS; MARCONDES, 2008, p. 111).

Na CI, as ontologias vêm despertando mais interesse no campo da Organização do Conhecimento (OC). É nesse contexto que as ontologias são enfatizadas, podendo ser consideradas como mais uma categoria de SOCs - conforme abordamos no item 2.2.1.1 – incorporando elementos tradicionais como indexação, classificação, taxonomias, entre outros.

No contexto específico desse estudo, percebemos que a padronização da linguagem dentro do domínio de registros de marcas históricas, através das ontologias, poderá facilitar o entendimento dos conceitos e suas relações pelos pesquisadores. Além disso, poderá auxiliar a comunicação com outras bases de marcas dessa natureza e permitirá que outros sistemas reusem²² as tecnologias desenvolvidas para criarem novos sistemas de gerenciamento desse tipo de conteúdo.

Conforme Silva e Lima (2008),

Estes padrões tecnológicos são fundamentais [...]. Entretanto, a difusão e utilização desses padrões se limitam a algumas iniciativas da área acadêmica. É bastante lenta a absorção destes conceitos pela grande massa produtora de conteúdo na web (SILVA; LIMA, 2008, p. 2).

Um exemplo (figura 9) que apresentamos é o trazido por Ramalho (2006), o que mostra um diagrama de relações entre classes de uma ontologia para o domínio acadêmico, com os seguintes conceitos: pessoa, professor, aluno, curso, disciplina, avaliação, trabalho e prova, bem como as relações semânticas entre estes conceitos.

²² “Quando uma ontologia é formalmente especificada, é útil torná-la pública para que outras pessoas ou softwares possam reusá-la em aplicações, evitando, deste modo, ‘a reinvenção da roda’” (MIRANDA, 2007, p. 69).

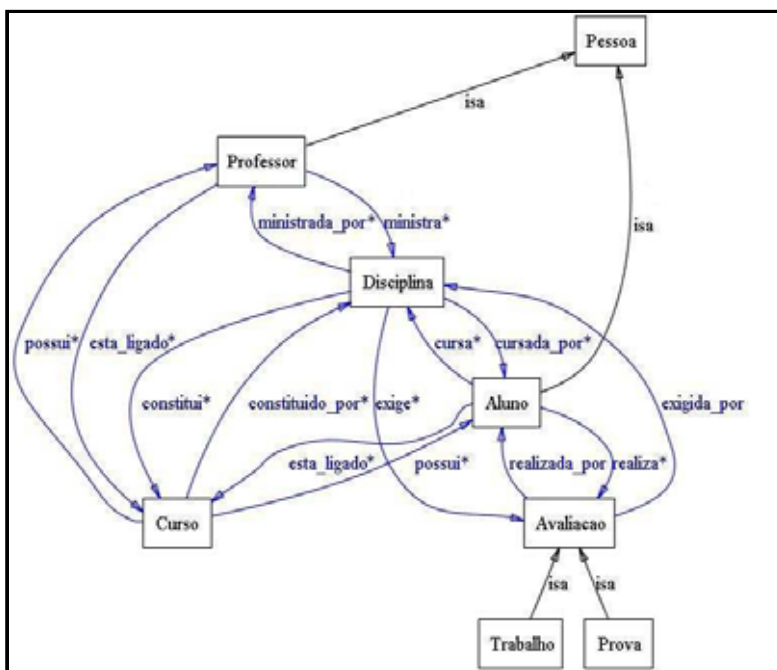


Figura 9 - Diagrama de classes de uma ontologia de um domínio acadêmico

Fonte: Ramalho (2006, p. 58).

Ramalho (2006) esclarece que a partir da ontologia apresentada,

é possível construir uma base de conhecimentos, descrevendo a realidade de um domínio acadêmico, armazenando informações contextualizadas a respeito de um determinado curso ou programa. Deste modo, verifica-se que a partir de uma mesma ontologia é possível construir bases de conhecimentos distintas, pois as realidades de cada curso ou programa são diferentes de acordo com o contexto ao qual

estão inseridos, porém a ontologia permanece inalterada, desde que o domínio não seja modificado (RAMALHO, 2006, p. 59).

Ainda no universo do conhecimento científico, aplicações têm sido feitas no sentido de aproximar mais o usuário (especializado, comum ou em potencial) ao conteúdo informacional contido em artigos científicos que, atualmente, servem de aporte teórico para o desenvolvimento tanto científico quanto técnico e social. “Hoje a sociedade não produz sem o aporte do conhecimento em geral e, especificamente, do conhecimento científico” (CAMPOS; MARCONDES, 2008, p. 108).

A apropriação adequada desse conhecimento pela sociedade depende de aplicações de metodologias e técnicas de representação e organização da informação/conhecimento que permitam a extração do conteúdo semântico dos documentos existentes em bases de dados especializadas ou na *web* como um todo.

Diante disso, Marcondes *et al.* (2008) propuseram um modelo de representação do conhecimento contido em artigos científicos em Medicina em formato “inteligível” por programas. Conforme o modelo, artigos científicos seriam disponibilizados não só em formato textual legível por pessoas, mas também com ontologias representando o conhecimento específico contido em cada artigo, conforme figura 10.

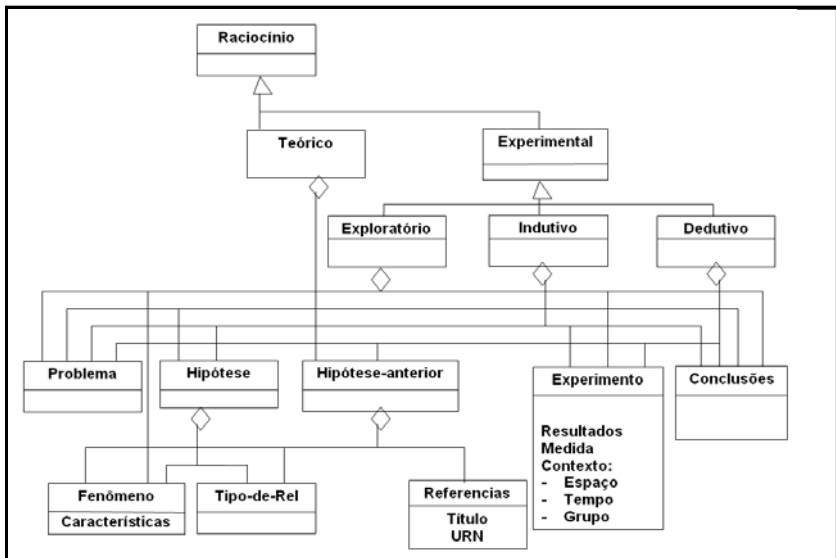


Figura 10 – Ontologia do Conteúdo de Conhecimento em Artigos Científicos Digitais - OCCAC

Fonte: Marcondes *et al.* (2008).

O modelo OCCAC, criado por Marcondes *et al.* (2008), possibilita a estruturação e registro de artigos

científicos, por exemplo, segundo o método de raciocínio seguido ou pela hipótese levantada. Modelo como o OCCAC permitem otimizar o tempo das pesquisas científicas e evitar que o pesquisador “reinvente a roda”, ou seja, viabiliza identificar o que já existe, atenuando esforços duplicados de pesquisas, e consequentemente, a inovação científica.

Muitas vezes, as ontologias são definidas como uma linguagem documentária. A esse respeito Sales, Campos e Gomes (2008) alegam que:

as ontologias são mais que linguagens documentárias: elas possuem funcionalidades que permitem que a máquina possa processar o raciocínio automatizado, através de regras e inferências (SALES; CAMPOS; GOMES, 2008, p. 63-64).

Além disso, é frequente as ontologias serem igualadas aos tesouros. As duas ferramentas, de fato, apresentam semelhanças, contudo, “as características que distanciam os tesouros das ontologias são mais numerosas que as características que os aproximam” (SALES; CAFÉ, 2008). Para distinguir os dois conceitos, Sales e Café (2008) especificam as diferenças que dizem respeito às aplicações dos dois modelos, dentre as várias distinções existentes:

Partindo para o âmbito das aplicações dos modelos de representação do conhecimento, fica

evidente que os objetivos dos tesouros são a padronização e a normalização terminológica das atividades de indexação e recuperação nos sistemas informacionais. Já as ontologias, devido ao seu formalismo informático, vão em busca de uma estrutura de conceitos com alto nível de dinamicidade no que diz respeito aos modelos de representação do conhecimento (SALES; CAFÉ, 2008)²³.

Para Currás (2010, p. 42), “a diferença reside na estrutura.” Um tesouro reúne um conjunto de relacionamentos entre termos que estão organizados em uma taxonomia, a qual define termos, mas a relação entre eles é a de generalização, ou seja, os termos encontram-se sempre em uma hierarquia que parte do gênero para a espécie, do geral para o específico. Um tesouro é uma taxonomia na qual se acrescentam possibilidades de relacionamentos (BREITMAN, 2005).

Entretanto, Breitman (2005) afirma que os tipos de relacionamentos permitidos pelo tesouro são finitos e pré-determinados, isto é, não são passíveis de modificações. Diante disso, a autora adiciona que

muitas vezes é necessário relacionar conceitos utilizando relacionamentos do tipo parte-de, membro-conjunto, fase-processo, lugar-região, material-objeto, causa-efeito, entre muitos outros. Um tesouro não permite a seus usuários

²³ Retirado da versão digital da Revista DataGramazero.

a criação destes e novos tipos de relacionamento, para tal é necessário utilizar uma ontologia (BREITMAN, 2005, p. 37).

Para um esclarecimento maior, Sales, Campos e Gomes (2008) afirmam que

O modelo de relações que aparece em Vocabulários Controlados e em Tesouros é um modelo diádico que revela apenas as categorias às quais os conceitos pertencem, por ex.: Coisa-Propriedade; Material-produto; Processo-resultado; etc. Nas ontologias, as relações precisam ser explicitadas, pois integram uma proposição (SALES; CAMPOS; GOMES, p. 64).

Acrescentam ainda que as relações são mais ricas nas ontologias do que nas tabelas de classificação bibliográfica ou nos tesouros, ou seja, o que permite maior estrutura representativa do conhecimento registrado em um discurso para que este possa ser interpretado pela máquina. Salientam também que tais representações são igualmente relevantes na formulação de buscas nas ontologias (SALES; CAMPOS; GOMES, 2008, p. 64).

Apesar de as ontologias apresentarem maior flexibilidade do que os tesouros, concordamos com Pickler (2007, p. 77) quando afirma que se ontologias e tesouros foram criados em contextos distintos [...], poderemos observar que há casos em que o uso de

tesauros é mais adequado, enquanto, em outros casos faz-se necessária a aplicação das ontologias, como é o caso da *Web Semântica*. Para a representação de recursos no âmbito da *Web Semântica* o uso de ontologias é fundamental.

A autora supracitada destaca outra diferença importante que é

enquanto o tesouro é visto como uma ferramenta de *organização do conhecimento*, com a finalidade de facilitar a indexação e recuperação de informações, operando para a comunicação entre usuários e linguagens documentárias, a ontologia é tida como um instrumento de *representação do conhecimento* no ambiente computacional, voltada para o registro de conceitos de um domínio visando a inferência automatizada (PICKLER, 2007, p. 78).

Verificamos, então que há diferenças de propósitos entre os dois: os tesauros servem como instrumento de registro terminológico para ser usado pelos usuários, já as ontologias têm como propósito registrar o conhecimento de um domínio específico em uma linguagem que seja processada pela máquina, a fim de fazer inferências computacionais, que possam, dentre outras ações, proporcionar melhor recuperação.

Na literatura, é possível observar também que as ontologias e tesauros têm origens a aplicações distintas, apesar de suas semelhanças. Utilizadas para

descrever os recursos digitais e suas relações, as ontologias têm sido utilizadas em sistemas de informação de diversas áreas do conhecimento, dentre elas, educação e comércio eletrônico.

Além disso, vale salientar que ontologias também estão sendo utilizadas na comunidade acadêmica em sistemas de recuperação de imagens (conforme apresentamos no item 2.2.1.2 *A representação da imagem*), a fim de permitir uma recuperação mais eficiente deste tipo de documentação, já que estas têm características peculiares e apresentam mais dificuldade de serem recuperadas do que os documentos textuais. Ademais, são elementos essenciais para o funcionamento dos agentes inteligentes²⁴.

Com relação à eficiência das ontologias, Campos, Campos e Campos (2006) afirmam que

para permitir inferências no nível pretendido, é necessário que as ontologias sejam representadas em linguagem compatível com padrões em uso na Web, de modo que sua aceitação e extensão sejam facilitadas, mas com um nível de formalismo tal que permita

²⁴ Os agentes computacionais, agentes inteligentes ou simplesmente agentes, conforme Breitman (2005), são definidos como “programas de software autônomos que agem em benefício de seus usuários.” (BREITMAN, 2005, p. 8).

processamento pelos agentes (CAMPOS; CAMPOS; CAMPOS, 2006, p. 65).

Conforme tudo que foi explicitado, podemos verificar que a *Web Semântica* pode contribuir não apenas para atividades relacionadas a serviços na web, como comércio eletrônico, mas também poderá auxiliar a salvaguarda e fluxo adequado de estoque de conhecimento como os registros de marcas da JUCEPE.

Como citado no início do capítulo, a semântica é a disciplina que estuda a relação da linguagem com a realidade, ou seja, a relação linguagem-mundo. Então, o uso das tecnologias semânticas pode permitir não apenas a representação semântica dos documentos, mas a aproximação dos usuários aos estoques de conhecimentos, fazendo uma analogia à relação linguagem-mundo.

4 MARCAS REGISTRADAS

Esta seção aborda os seguintes aspectos: O que é marca, explicando definições; início das marcas registradas no Brasil, trazendo o motivo pelo qual iniciou o registro de marca no país; Acervo digital da JUCEPE, demonstrando aspectos gerais sobre o projeto realizado em parceria com a FGF; e Acervo digital de marcas registradas, fazendo uma descrição geral das pastas digitais e disposição das informações nos documentos.

4.1 O que é marca?

Para Pereira (2008, p. 2), “marca tem significados diversos nos meios da linguagem natural e da linguagem formalizada ou científica.” O autor afirma que

Na primeira, em linguagem natural, pode significar um sinal ou distintivo impresso num corpo qualquer (v.g. a tatuagem), o sinal impresso a fogo no dorso de um animal ou até o próprio instrumento utilizado pelo fazendeiro para identificar seus animais. Em linguagem

científica, marca é objeto da Ciência do Direito, figura que confere direitos e impõe obrigações (PEREIRA, 2008, p. 2).

Em 1960, o Comitê de Definições da *American Marketing Association* estabeleceu os conceitos de marca, nome de marca e marca registrada:

Marca é um nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, ou uma combinação dos mesmos, que pretende identificar os bens ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los daqueles dos concorrentes.

Nome de marca é aquela parte da marca que pode ser pronunciada, ou pronunciável.

Marca registrada é uma marca ou parte de uma marca à qual é dada proteção legal, porque é capaz de apropriação exclusiva (*apud* PINHO, 1996, p. 14, grifo nosso).

As marcas têm sua regulamentação legal na lei que regula os direitos da propriedade industrial²⁵ no Brasil, que é a Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996, a qual dispõe:

Art. 122 - São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente

²⁵ A propriedade industrial é o feixe de direitos derivados da inteligência humana, que têm aplicação prática na indústria e/ou no comércio. É o conjunto de bens imateriais desenvolvidos pelo fabricante e/ou comerciante, os quais são utilizados para distingui-lo dos demais no mercado (PASCHOAL, 199-?).

perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.

Art. 123 - Para os efeitos desta lei, considera-se:
I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa (BRASIL, 1996).

A propriedade industrial é área de estudo da Propriedade Intelectual, juntamente com o direito autoral, ou seja, a Propriedade Intelectual é dividida em duas grandes áreas: Direito Autoral e Propriedade Industrial. Marcas e patentes, por exemplo, estão associadas à Propriedade Industrial. Conforme Paschoal (199-?), a propriedade industrial é protegida no sistema jurídico pátrio, tanto por leis ordinárias, como a Lei de Propriedade Industrial (LPI), a Convenção de Paris²⁶ e o *Treaty Related Aspects of Intellectual Property* (TRIPS), quanto por disposições constitucionais. A autora também afirma que

A proteção assegurada em nosso ordenamento, entretanto, somente respalda as criações industriais registradas perante o órgão nacional

²⁶ No ano de 1883, representantes de diversos países reuniram-se em um Congresso Internacional para a Proteção da Propriedade Industrial, realizado na cidade de Paris. Nesta oportunidade, foi firmado o primeiro tratado multilateral de vocação universal, conhecido como Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial ou Convenção da União de Paris (CUP). O Brasil também foi signatário deste tratado, o qual foi promulgado pelo Decreto no 9.233, de 28 de junho de 1884 (MARINANGELO; CARNEIRO, 200-?, p. 5).

competente, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (“INPI”), que expedirá uma certidão constitutiva do título de propriedade do direito industrial (PASCHOAL, 199-?).

A marca registrada é fonte de Informação Tecnológica (IT), inicialmente pelo seu aspecto legal, como também por garantir ao seu proprietário o direito de uso exclusivo em todo o território nacional em seu ramo de atividade econômica (BRASIL, 200-?).

As marcas podem ser consideradas elementos que agregam valor aos produtos e serviços por elas identificados e, muitas vezes, atuam como elementos para que um consumidor tome uma decisão, ou seja, exerce influência na escolha dos consumidores.

São ferramentas poderosas e frequentemente podem agir em favor de uma empresa – embora, quando não cuidadas, depreciam sua imagem. Na maioria das vezes, constituem **o ativo mais valioso das firmas**, sendo inclusive alvo de transações comerciais sem precedentes. Marcas inspiram qualidade, evocam lembranças, atraem desejos. Portanto, merecem investimento e proteção. E a maior proteção de uma marca é o seu registro (BRASIL, 200-?, grifo nosso).

Conforme Pinho (1996, p. 136), “as marcas são muito mais do que um simples nome [...] e passaram a desempenhar papéis mais variados e complexos.” E

acrescenta que a definição da *American Marketing Association* tornou-se limitada, pois

Apresentando como seus principais componentes o produto em si, a embalagem, o nome de marca, a publicidade e a apresentação, a marca deve ser entendida como a síntese dos elementos físicos, racionais, emocionais e estéticos que nela estão presentes e foram desenvolvidos através dos tempos (PINHO, 1996, p. 136).

A ICT é elemento essencial para o desenvolvimento social e econômico do país. Especificamente, a Informação Tecnológica é definida por Fujino (1993) *apud* Valentim (1997, p. 20) como “o conhecimento científico, técnico, administrativo, indispensável para a eficiente operação do sistema produtivo de uma empresa industrial [...]”. É matéria-prima para o desenvolvimento econômico da sociedade e elemento que subsidia a transformação social das nações.

Silva e Smit (2008), dizem que não há ciência e tecnologia sem a informação, visto que ambas se valem dos esforços intelectual e técnico de vários sujeitos e sua interação com o mundo. Além disso, Silva (2009) acrescenta que

tanto a produção científica quanto a tecnológica usam a informação como insumo para a transformação de conhecimento em bens e

serviços. A informação tanto é insumo como o meio de disseminação e transferência de tecnologia e da própria ciência (SILVA, 2009, p. 25).

No campo da ICT e da informação tecnológica, mais especificamente, devemos considerar a diversidade e confusão conceitual que envolve as áreas, talvez por, na própria área de informação, não dispormos de definições aceitas de forma universal, ou melhor, não dispomos de um consenso terminológico, o que compromete a categorização da informação. Para minimizar tal inconveniente, tem-se considerado que o conceito de informação depende, dentre outros aspectos, do objetivo ao qual se propõe (JANNUZZI; MONTALLI, 1999).

Diante disso, as autoras supracitadas enfatizam que no contexto de uso e organização da informação,

o termo tem sido usado de forma associada com outros termos, resultando em variações semânticas significativas. Como exemplo cita a *informação científica e tecnológica*, cuja associação aos termos científica e tecnológica explicita o teor dos dados que envolve esta informação (HAYES, 1993 *apud* JANNUZZI; MONTALLI, 1999, p. 2).

Muitas vezes, no Brasil, percebemos a confusão conceitual entre informação tecnológica com

tecnologia, tecnologia da informação, informação para indústria ou informação para negócios. A tecnologia da informação “se refere ao uso da informática na recuperação da informação.” (JANUZZI, 2002, p. 100). Segundo Jannuzzi e Montalli (1999), o entendimento conceitual que se tem sobre tecnologia e negócios e que definem a compreensão conceitual dos termos informação tecnológica e informação para negócios.

Informação para negócios é aquela que “a indústria ou empresa precisa ter sobre organizações e indivíduos que compõem o quadro econômico no qual está inserida, e a forma como esses elementos atuam” (JANNUZZI, 2002, p. 107). A autora é de acordo que a tecnologia é componente necessário dentro desse contexto de necessidade informacional para a melhoria da indústria/empresa, por isso, surgem dúvidas sobre qual das informações – tecnológica ou para negócios – é considerada a principal. “A resposta depende do enfoque de trabalho de cada unidade de informação” (JANNUZZI, 2002, p. 108):

Se o enfoque principal da unidade é tecnologia, ela utiliza informação para negócios como complemento ao produto ou serviço final a que se propõe [...] Se o enfoque principal for negócios, a unidade usa a informação tecnológica como complementar (JANNUZZI, 2002, p. 108).

A autora supracitada esclarece com o exemplo prático da patente, que é apresentada tanto como informação tecnológica, quanto informação para negócios.

Dependendo do uso que se faça de um documento de patente, é possível obter dados sobre tecnologia, como também dados que possibilitem a monitoração do mercado concorrente. É um exemplo claro de uma mesma fonte de dados que atende a interesses tecnológicos e para negócios, de acordo com o propósito e contexto para qual será utilizado (JANNUZZI, 2002, p. 109).

Frequentemente, as patentes são mais citadas como fontes de informação tecnológica, contudo, as marcas registradas também estão inseridas nesse contexto. Apesar de suas diferenças, cada uma dessas fontes atua como subsídio informacional para pesquisas de mercado, implantação de negócios, tomadas de decisão nas empresas/indústrias, enfim, ações referentes à pesquisa e desenvolvimento tecnológico e econômico de um país.

Atualmente, o registro de marcas e patentes é responsabilidade do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), o qual hospeda o banco de marcas. O órgão é uma autarquia federal, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Foi criado em 11 de dezembro de 1970, pela

Lei nº 5.648, e tem por finalidade executar as normas que regulam a propriedade industrial em ambiente nacional (BRASIL, 200-?).

O registro no INPI, pelo prazo inicial de 10 anos, é condição essencial para que a marca tenha valor real e para que seja reconhecido o seu direito de propriedade e de uso exclusivo em todo território nacional. O prazo inicial pode ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos.

É importante ressaltar que as marcas constituem, na maioria dos casos, o bem de maior valia das grandes empresas mundiais, sendo que seu valor ultrapassa em muito o dos demais bens materiais de propriedade dessas empresas (PASCHOAL, 199-?).

“Ao adquirir um produto, o consumidor não compra apenas um bem. Ele compra todo o conjunto de valores e atributos da marca.” (PINHO, 1996, p. 7). É, portanto, evidente a importância das marcas para a economia mundial, tendo em vista que há marcas de alto renome que têm seu valor calculado em bilhões de dólares. E ainda diferencia e destaca um produto, empresa ou serviço dos seus concorrentes.

Quanto ao acervo de marcas registradas da JUCEPE, contém marcas de indústria, comércio e produtos ou serviços que ainda funcionam, tais como: Restaurante Manoel Leite, Elixir Sanativo, Fábrica

Pilar, Diário de Pernambuco, Jornal do Commercio, dentre outros; entretanto, o presente estudo o considera muito mais como registro social e cultural que transpõe os aspectos meramente comerciais. O papel histórico do acervo predomina e transcende aspectos constantes na descrição técnica de cada uma das marcas, proporcionando interpretações e simbologias de culturas passadas que se perpetuaram e podem ser investigadas nesse manancial de informações registradas (Figura 11).



Figura 11 – Marcas da Fábrica Pilar, Fábrica de Biscoitos Confiança, Elixir Sanativo e Jornal A Província

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Podemos considerar que elas, em determinado tempo, já cumpriram seu papel como fonte de informação tecnológica, mas que agora, “cada um desses documentos traz em si uma força própria, uma mensagem que, bem se pode dizer, transcende à finalidade precípua para o qual foi emitido” (FUNDAÇÃO..., 2003, p. 5). Cumpre, então, papel

histórico e constitui memória documental referente à história da indústria e do comércio do estado de Pernambuco. Podem ser consideradas, portanto, ricas fontes que representam a memória tecnológica do Estado e precisam ser disseminadas aos pesquisadores desse tipo de informação e ao público em geral.

Newton (2010), afirma que, atualmente, as bases de dados de marca incluem apenas os registros mais recentes ou as marcas ainda ativas, todavia, ele afirma que isso representa uma perda para o estudo da história dos negócios, concluindo que, para fazer a pesquisa histórica nesta área mais prática, seria interessante construir um banco de dados de todas as marcas registradas em cada país, o que viabilizaria abertura de novas áreas de estudo.

4.2 O início das marcas registradas no Brasil

O início do registro de marcas no Brasil remonta aos anos 1875. Sobre o assunto, Rezende (2003) afirma que no referido ano uma nova prática foi iniciada no Brasil, ou seja, o proprietário de indústria ou comércio que quisesse exclusividade na marca de seu produto ou negócio, poderia ir até a Junta

Comercial fazer o depósito de exemplares da marca como registro de propriedade.

Tais exemplares eram, na maioria das vezes, uma cópia litografada do rótulo do produto e, para validá-los como marca registrada, era preciso colar o rótulo no livro-registro da Junta, fazer a sua descrição técnica, anexar o selo imperial de pagamento de emolumentos, fazer a distinção do proprietário e sócios (quando tinha) pelo nome completo e colocar endereço comercial, firmar data e hora da apresentação à Junta; numerar o registro e o secretário do órgão rubricar a folha (REZENDE, 2003).

A autora supracitada acrescenta que atualmente alguns desses livros não mais pertencem às Juntas Comerciais e os rótulos contidos neles não servem mais para salvaguardar juridicamente o proprietário das marcas, mas sem dúvida “têm alguma importância que justifique seu arquivamento como patrimônio nacional” (REZENDE, 2003, p. 10).

À medida que fabricantes depositavam os rótulos com suas marcas na Junta Comercial atrás de exclusividade comercial foram-se acumulando nos livros-registro imagens, tipografias, textos, nomes, formatos, propósitos, esperanças, sonhos, crenças, motivações sociais. Depois da interrupção desse tipo de coleta e do arquivamento desses livros, nos resta hoje um riquíssimo manancial de registros, a grande maioria ilustrada, das diversas formas de ação e

pensamento de nossos antepassados (REZENDE, 2003, p. 5).

Até 1875, o Brasil ainda não tinha nenhuma legislação que regulamentasse o sistema de registros de nomes ou imagens, apesar de existirem diversos decretos e órgãos estabelecidos, como as Associações Comerciais privadas e os Tribunais de Comércio públicos, que regulamentavam a atividade comercial.

Em função de um caso particular de plágio e litígio jurídico, no ano de 1873, envolvendo a fábrica pernambucana de produtos derivados do tabaco, Moreira & Cia, que colocou no mercado uma embalagem do Rapé Area Parda, sendo acusada de plagiar o Rapé Area Preta (figura 12), produzido na Bahia pela fábrica Méuron & Cia (a mais antiga do país no gênero)²⁷.

Os proprietários da firma franco-brasileira conseguiram que toda uma partida do rapé pernambucano fosse apreendida. Mas a Justiça não lhes dá ganho de causa, já que plágio não era crime punível pelas leis brasileiras, obrigando a Méuron a pagar as custas do processo e o prejuízo de Moreira & Cia (LIMA, 1998, p. 47-48).

²⁷ “A primeira indústria de tabaco que se estabelece no país, na região do Recôncavo Baiano, é de propriedade de franceses, a Méuron & Cie., em 1818” (LIMA, 1998, p. 75).



Figura 12 - Provavelmente uma segunda solicitação de registro, ou a solicitação do registro na Junta Comercial do Recife. 1891.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Por conta dessa situação envolvendo as duas fábricas, abriu-se a discussão do caso pela Comissão de Justiça Criminal da Câmara dos Deputados, sendo o deputado Affonso Celso de Assis Figueiredo (futuro Visconde de Ouro Preto) quem tomou a frente para a criação de uma legislação de proteção de marcas e patentes no Brasil, a exemplo da já existente na França (LIMA, 1998, p. 48). Com isso, em 23 de

outubro de 1875, foi instituído o Decreto 2682, que regulamentava o registro de marcas no Brasil, seguindo o exemplo da legislação francesa²⁸.

É interessante notar que na redação do decreto [...] são mencionados Tribunais ou Conservatórias do Comercio como os postos oficiais para registro de marcas. No entanto, como vimos anteriormente, tais Tribunais já haviam sido extintos pelo decreto 2662 de 09 de outubro de 1875. Somente um ano depois foi publicada a instituição de um **novo órgão público** para fins administrativos semelhantes aos dos Tribunais. Nesse meio tempo, encontramos nos textos de registro dos primeiros rótulos a assinatura de escrivães do Tribunal do Comércio (REZENDE, 2003, p. 20, grifo nosso).

O novo órgão a que Rezende (2003) se refere são as Juntas Comerciais, onde o registro de marcas permaneceu até a terceira década do século XX. Vale salientar que o registro acontecia da seguinte forma:

²⁸ Na Idade Moderna, a primazia na regulamentação do uso das marcas é atribuída à França, com a promulgação da Lei de 12 de abril de 1803, que disciplinou o registro das marcas naquele país e estabeleceu penas em casos de crimes de falsificação de documentos privados, entre outras disposições [...] Embora a Lei de 12 de abril de 1803 tenha sido a primeira, nos tempos modernos, a conferir proteção legal às marcas de fábrica e de comércio, foi a lei francesa de 1857 que exerceu grande influência sobre toda a legislação moderna, tornando-se verdadeiro paradigma para os demais países do mundo, inclusive para o Brasil (MARINANGELO; CARNEIRO, 200-?, p. 4-5).

Um exemplar ficava na Junta e outro era remetido à Corte, ficando um terceiro de posse do interessado. **Era obrigatória a publicação desse registro em jornais locais**, o que, em Recife, era feito no Diário de Pernambuco. Esse sistema perdurou, basicamente, até 1923, quando o registro de marcas passa para a esfera federal (LIMA, 1998, p. 48, grifo nosso).



Figura 13 - Recorte da marca da Fábrica Amor, de Lorega & Cia, em 28 maio 1887, demonstrando que foi publicada no Diário de Pernambuco, nº 108, de 12 de maio de 1887.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.



Figura 14- Solicitação de registro da marca da Fábrica Amor, de Lorega & Cia. 28 maio 1887.

Fonte: Acervo digital JUCEPE

Apenas com esse exemplo, podemos observar aspectos relevantes sobre o início dos registros de marca no Brasil, demonstrando que o documento era constituído por elementos (descrição técnica da marca, despacho do secretário da Junta) que podem não mais constituir instrumentos legais ou administrativos, mas, sem dúvida, devem ser vistos como “objetos resultantes de uma cultura, testemunho material do que se fazia e se pensava na realidade de um outro momento” (REZENDE, 2003, p. 10).

Diante disso, vale salientar a importância em disponibilizar as informações contidas nos registros de marcas da JUCEPE em ambiente digital para permitir seu acesso remoto. Mas para isso é necessário considerar que, para haver o acesso eficaz, é preciso que se desenvolva um tratamento informacional adequado, que envolva as atividades não apenas de descrição física dos documentos, mas, principalmente, a representação semântica da informação textual e imagética, por meio de metodologias de organização da informação/conhecimento. Ademais, torna-se fundamental também identificar possíveis usuários de tal acervo, suas áreas de pesquisa e quais informações contidas na documentação lhes podem ser relevantes.

4.2.1 Acervo digital da JUCEPE

O acervo digital da JUCEPE foi constituído nos anos de 2005 e 2006 a partir de projeto cultural com a FGF. Parte da documentação analógica foi digitalizada pela equipe do Centro de Documentação da FGF²⁹,

²⁹ Conforme o que estava estabelecido no Projeto Cultural nº FGF/CGP/004/2003. A execução do projeto foi resultado de parceria entre a JUCEPE e a FGF, através do Convênio JUCEPE – FGF nº 01/2003, de 29 de maio de 2003.

onde foram digitalizados 249 (duzentos e quarenta e nove) volumes encadernados, gerando aproximadamente 76.000 (setenta e seis mil) arquivos digitais em formato de imagem *.jpeg*. Nem todos os volumes puderam ser digitalizados por conta do péssimo estado de conservação dos originais.

As atividades executadas nos anos de 2005 e 2006, foram as seguintes:

Higienização – foram higienizados 251 livros. Nesta fase, foram identificados os assuntos dos livros, o estado de conservação, os anos de cada um e a quantidade de páginas. 16 (dezesseis) livros não foram higienizados devido ao péssimo estado de conservação dos originais.

Restauração – 5 (cinco) livros foram restaurados, a partir de contrato de prestação de serviço.

Arranjo – seguiu critérios de arranjo para documentos administrativos permanentes, fundamentando-se no organograma da instituição e nas normas de padrão de descrição para arquivos, a Norma Internacional de Registro de Autoridade Arquivística para Entidades Coletivas, Pessoas e Famílias (ISAAR(CPF)) e International Standard Archival Description (general) - Norma Geral Internacional de Descrição Arquivística (ISAD(G)). Com isso, o acervo foi dividido em séries e subséries,

pertencentes ao fundo documental JUCEPE. O arranjo foi constituído, portanto, conforme quadro 6.

SÉRIE	SUBSÉRIE
PRESIDÊNCIA (P)	1 Atas 2 Comemorações 3 Correspondência. Relatórios Anuais 4 Criação (da Jucepe) 5 Estatutos. Regimentos. 6 Leis. Decretos. Portarias. Resoluções.
DIRETORIA GERAL (DG)	1 Administração. Correspondência 2 Administração. Pessoal. Finanças 3 Administração. Patrimônio. Inventário 4 Administração. Transporte
SECRETARIA GERAL (SG)	1 Registro de Comércio-Contratos. Distratos. Falências. Escrituras. Hipotecas. Embarcações 2 Registro do Comércio-Distribuição de Livros e Rubricas 3 Registro de Comércio-Impostos e Finanças 4 Registro de Comércio-Marcas e Patentes Nacionais 5 Registro de Comércio-Marcas e Patentes Internacionais 6 Nomeações, Procurações, Matrículas, Declarações e

	Certidões 7 Registro de Comércio- Operações Bancárias. Protocolo 8 Registro de Comércio- Publicação de Expedientes. Lançamento de Papéis
--	--

Quadro 6 - Arranjo do acervo

Sendo assim, as pastas com as imagens digitalizadas de marcas registradas nacionais³⁰, estão numeradas conforme o exemplo:

Exemplo: SG-RC-4V1

SG – Secretaria Geral

RC – Registro de Comércio

4 – Marcas e Patentes Nacionais

V1 – volume 1

Catálogo – a catalogação prevista no projeto era de 1% (um por cento) do total de documentos (aproximadamente 600 registros) e foram catalogados 732 (setecentos e trinta e dois registros). Os elementos de descrição basearam-se nos campos do *Dublin Core*. Foi catalogado o volume no todo e cada

³⁰ Apesar de na série que foi criada na etapa de arranjo constar que são marcas e patentes nacionais, dentre os documentos analisados, não identificamos nenhum de patente, apenas de marcas registradas.

registro que o constituía (ver **Anexo A**), que traz os elementos de descrição utilizados no projeto em parceria com a FGF, especificamente a descrição geral do SG-RC-4V109.

Digitalização – realizou-se com a utilização de câmeras fotográficas digitais *Sony Cyber-shot* de 7.2 megapixels DSC-P150 e DSC-P200 e Conjunto de reprodução estativo à lâmpada fria 800W (mesa de digitalização). Conforme já observado, foram gerados aproximadamente 76.000 (setenta e seis mil) arquivos digitais em formato de imagem *.jpeg*, mas percebemos que não estão em alta resolução. Quanto aos registros de marca especificamente, foram gerados 4110 (quatro mil cento e dez) arquivos digitais. Ao analisar as imagens, verificamos que, ao serem ampliadas, apresentam distorções, dificultando a leitura das mesmas.

Durante o processo de higienização e pesquisa, localizaram-se aproximadamente 70 (setenta)³¹ documentos de grande relevância para a história nacional, do Estado e da Junta Comercial do Estado de Pernambuco. Dentre os registros de marca mais representativos estão: registro de marca da Fábrica Pilar a Vapor, dos rótulos da bolacha Maria, Maizena e muitos outros biscoitos da Fábrica Pilar, registros da

³¹ Salientamos que não são os únicos, existem outros a serem melhor identificados.

Fábrica de Biscoitos Confiança, do Diário de Pernambuco, Jornal Província e Jornal do Commercio; solicitação de registro da marca do Elixir Sanativo, fábricas de pólvora e de tecidos da família Lundgren, da Companhia de Tecidos Paulista, Restaurante Manoel Leite, dentre outros.

4.2.1.1 Acervo digital de marcas registradas

O acervo digital de registro de marcas da JUCEPE é constituído por 4110 (quatro mil cento e dez) arquivos digitais e 1912 (mil novecentos e doze) documentos de marca compreendidos entre os anos de 1886 a 1933³². Atualmente estão organizados em 29 pastas/diretórios, numerados e nomeados conforme o arranjo e classificação estabelecidos no Projeto Cultural com a FGF (ver quadro 7 e Apêndice A). As imagens estão armazenadas em DVD, porém, necessitam de tratamento informacional (descritivo e temático), orientado à recuperação e fluxo desses estoques de conhecimento de maneira documental, conforme as necessidades dos usuários.

³²Só foram analisados registros de marca até o ano de 1924 porque foi até este ano que o registro ainda era de responsabilidade da JUCEPE.

As pastas com as imagens digitais estão organizadas conforme o quadro 7 (ver **Apêndice A** para ter acesso ao quadro completo, que traz a quantidade de arquivos digitais e documentos de marcas constantes em cada diretório):

Diretório	Datas-Limite	Intervalo da numeração de registros de marcas	Quantidade de registros	Arquivos digitais
SG-RC-4V1	1886-87	197-198 200-202 206, 211 ³³	07	14
SG-RC-4V2	1904-1905	307 / 309-359	68	103
SG-RC-4V3	1888	212-223 225-230 232-242	31	95

Quadro 7 - Livros de registros de marcas digitalizados

Vale salientar que o quadro 7 não demonstra quantidades relacionadas à documentação efetivamente produzida, já que muitas marcas foram excluídas do documento original. Na pasta SG-RC-4V1, por exemplo, o índice do livro indica que o original continha mais registros do que apresenta atualmente.

Quanto à disposição das informações no documento, os registros referentes ao século XIX, são constituídos por uma a quatro páginas (a depender do

³³ É frequente o intervalo irregular, pois muitas marcas foram arrancadas.

ano) com o número do registro na parte superior do documento, a imagem (quando tem), o texto corrido contendo o nome da marca com seu(s) respectivo(s) proprietário(s), o endereço da indústria ou comércio, a finalidade da marca, a assinatura/despacho³⁴ do secretário da Junta Commercial (Figura 15).



Figura 15 – Exemplo de registro de marca do século XIX. Marca “Artistas”, destinada aos produtos do comércio de Ayres Ferreira da Cruz, proprietário de padaria à Rua da Princesa Izabel, nº 3. Recife, 25 fev. 1887. Fonte: Acervo digital JUCEPE.

³⁴ No primeiro volume, os registros contêm apenas uma página. Os posteriores são constituídos de duas a três páginas e já apresentam os selos trazendo os valores pagos pelo registro. Desde o primeiro volume, os livros já apresentam índice alfabético das marcas registradas. A partir do volume SG-RC-4V15 alguns índices aparecem datilografados e vários registros também.

A partir de 1888, o documento já apresentava uma descrição técnica da marca, porém, esta não se apresentava de forma separada como passou a vir posteriormente (1892 e 1898). Vale salientar que alguns registros vêm acompanhados de agravo de petição, quando identificadas situações de plágio de marcas. No livro de 1889 (SG-RC4 V4), temos o índice de proprietários e, também, índice do que se chamavam tabolêtas (os registros de marca). Além disso, observamos também que o texto apresenta mais a característica de petição, entretanto, a descrição técnica ainda vinha contida no texto corrido.

Em 1892 (pasta SG-RCV6), houve mudança considerável na estrutura do documento. A primeira página era constituída da petição pelo proprietário; a segunda, considerações do secretário da Junta declarando se havia algum impedimento ou não para o registro; a terceira página continha a marca (nominativa ou figurativa) e um texto logo abaixo com sua descrição técnica e a quarta página, os despachos e certidões do secretário da Junta referentes a valores que seriam pagos e validação do registro. Percebemos, também que, após 1892 a numeração das marcas foi reiniciada a partir do número 1 (um), não dando continuidade à numeração do ano anterior.

No diretório SG-RC4V8 (anos 1898-1899), podemos verificar que alguns registros, além da

descrição escrita separadamente, trazem também a aplicação³⁵ da marca em separado, conforme podemos observar no registro da Relojoaria Araujo (Figura 16).



Figura 16 – Registro da marca da Relojoaria Araujo. Recife, 1 set. 1898. Exemplo de nova estrutura do documento com “descrição” e “aplicação”.
Fonte: Acervo digital JUCEPE.

A partir do ano de 1900, documentos produzidos voltam a não apresentar as palavras

³⁵ Trecho do documento onde era escrito em quê seria aplicada a marca: se na fachada da empresa, em sacos de açúcar, latas de doces, etc.

“descrição” e “aplicação” em suas estruturas, enquanto que, em 1901, a maioria dos registros traz tais designações novamente, ou seja, a estrutura do documento subdividida com as referidas indicações. Posteriormente permanece a inconstância na estruturação da informação do documento: uns apresentando tais subdivisões, outros não. Em função dessa inconstância, também verificamos, por exemplo, que às vezes o endereço da indústria ou comércio acompanha o requerimento da primeira página, porém, em outros casos, consta apenas ou repete-se na parte “Aplicação”. Permanece desta forma até o SG-RC-4V27 (1923-1924), sem uma estrutura da informação bem definida. O que nos faz defender cada vez mais a disponibilização do documento completo em um sistema de informação de marcas registradas históricas, não apenas a parte figurativa ou nominativa, conforme verificamos nos sistemas analisados na seção 6 Análise dos sistemas de recuperação de marcas registradas.

Nos volumes 28, 29 e 30³⁶ a estrutura do documento é totalmente alterada, constituída apenas por uma página e em formato de formulário padrão, já constando Junta Commercial do Estado de Pernambuco e o documento é encabeçado pela

³⁶ Não analisamos detalhes desses três últimos diretórios citados porque, oficialmente, o registro de marca na JUCEPE foi até 1923, permanecendo alguns registros até 1924.

indicação “Serviço de Marcas de Industria e Commercio”. Tal formulário também apresenta uma referência aos artigos 89 e seus parágrafos, e 90 e seu parágrafo único do Regulamento a que se refere o Decreto nº 16.264, de 19 de dezembro de 1923³⁷. De forma geral, os volumes não foram desencadernados antes de serem fotografados. As encadernações antigas, não permitindo que o livro fosse aberto totalmente, comprometeram a produção das imagens digitais acarretando perda de informações, principalmente das que ficam próximas ao vértice interno da lombada.

Ademais, durante o processo de análise das imagens digitais, percebemos que muitas páginas dos originais foram eliminadas, principalmente aquelas que continham figuras de marcas de cigarros. Contudo, salientamos que não foi recortado o documento completo, apenas a página em que constava o emblema (a figura colada), o que demonstra falta de cuidados especiais com o acervo.

³⁷ O Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, usando da autorização constante do art. 80, n. 19, da lei n. 4.632, de 6 de Janeiro de 1923, decreta: Art. 1º. Fica criada a Diretoria Geral de Propriedade Industrial, a qual terá a seu cargo os serviços de patentes de invenção e de marcas de indústria e de comércio, ora reorganizados, tudo de acordo com o regulamento anexo, assinado pelo Ministro da Agricultura, Indústria e Comércio. Rio de Janeiro, 19 de Dezembro de 1923 (BRASIL, 200-?).

5 O ACERVO DE MARCAS REGISTRADAS DA JUCEPE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO HISTÓRICA

Pesquisas historiográficas tiveram como objeto de estudo a história política e econômica durante muitos anos, considerando apenas fontes escritas oficiais como fonte de informação. Predominava, então, o uso de fontes escritas

para contar sobre acontecimentos pontuais, produzindo uma história historicizante, patriótica, elitista e hegemônica que relatava acontecimentos militares ou diplomáticos, grandes tratados e a vida de líderes políticos (AZEVEDO; MOURA FILHA, 2009, p. 2).

Entretanto, após o Movimento dos *Annales*, o foco nesses aspectos foi sendo substituído e os historiadores passaram a analisar, cada vez mais, as questões sociais, ou seja, as representações sociais. Os relatos históricos de líderes políticos e instituições de poder foram sendo substituídos por estudos sobre a composição social e o cotidiano dos operários, criados, mulheres, grupos étnicos (HUNT, 2001).

Esta mudança de paradigma foi acontecendo aos poucos e, de forma mais contundente, após o período em que Hunt (2001) define como *Nova*

História Cultural, ampliou-se campos de pesquisa e, com isso, historiadores passaram a considerar outras fontes documentais em suas investigações. Nessa perspectiva, passou-se a desenvolver pesquisas com documentos iconográficos, “que eram usados em pesquisas científicas apenas com função ilustrativa” (AZEVEDO; MOURA FILHA, 2009, p. 3).

Em consonância com tais idéias, Agra Júnior (2011, p. 28) afirma que “hoje o espectro de fontes se revela quase infinito, podendo tudo vir a *tornar-se* fonte ou documento para a História.”

Estudos como os de Pavezi (2010), Nunes (199-), Freyre (2004) consideram imagens fotográficas, registros de marca e rótulos de cigarros como fontes para suas pesquisas. A presente seção traz, portanto, um breve histórico da Junta Comercial do Estado de Pernambuco, aspectos interessantes do acervo digital de marcas registradas e detalhes de marcas conhecidas regionalmente.

5.1 Breve histórico da Junta Comercial do Estado de Pernambuco

A Junta Comercial do Estado de Pernambuco (JUCEPE) é uma autarquia estadual, criada pela Lei n.º 5.792, de 30 de abril de 1966 que tem como missão legalizar, arquivar e executar os serviços de registros públicos de empresas mercantis e atividades afins no Estado de Pernambuco. Inicialmente, chamava-se Tribunal do Comércio, e, posteriormente, foi nomeada Junta Comercial através do Decreto Legislativo nº 2.662, em 1875. Os Tribunais do Comércio foram criados na Capital do Império e nas Capitânias de Pernambuco e Bahia, através da Lei nº 556, de 25 de junho de 1850 (PERNAMBUCO, 200?).

Os antecedentes históricos da JUCEPE encontram-se na vinda da Corte portuguesa ao Brasil em 1808, quando da ocorrência de várias transformações sócio-político e econômicas, dentre elas a transformação de colônia para Império. Foi instituído, então, o tribunal Real Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação do Brasil e Domínios Ultramarinos, que tinha como objetos de interesse tudo o que se referia ao comércio, agricultura, fábricas e navegação (PINTO, 1940).

Sobre a Real Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação do Brasil e Domínios Ultramarinos, Lopes e Guimarães (2006) dizem que

A Real Junta, desde que erigida em Tribunal Régio por Dona Maria I em 5 de junho de 1788, passava a constituir o conjunto dos Tribunais Superiores da monarquia portuguesa ao lado da Casa de Suplicação, Mesa de Consciência e Ordens, e Desembargo do Paço. As Leis, Decretos e Alvarás ao fim de suas linhas dirigiam-se a essas instâncias de poder, verdadeiros pilares do complexo político-administrativo português (LOPES; GUIMARÃES, 2006, p. 2).

Entretanto, a Real Junta foi sofrendo desgastes políticos, principalmente por conta da nova situação política do país com a permanência da corte portuguesa. Rezende (2003, p. 17) explica que “o maior entrave político para o órgão era o fato de contrariar a nova situação nacional, por ter sido projetado no conjunto de políticas da administração colonial para satisfazer os interesses fiscais e comerciais do governo português.

Sendo assim, a extinção da Real Junta e surgimento de novo padrão para o registro de comércio, representado pelos Tribunais de Comércio que foram criados, deu-se com a promulgação do

Código Comercial do Império do Brasil (Decreto nº 556, de 25 de junho de 1850).

Pinto (1940) esclarece que foram extintas as reais juntas criadas por D. João VI ao ser promulgado o Código Comercial, em 1850, o qual estabelecia o regime dos **tribunais do comércio** no Rio de Janeiro (capital do Império) e nas principais províncias (Bahia, Pernambuco e Maranhão). “O **Tribunal de Comércio de Pernambuco** foi instalado a 1º de janeiro de 1851, sob a presidência do desembargador Martiniano da Rocha Bastos” (PINTO, 1940, p. 33, grifo nosso).

Com os Tribunais de Comércio, “os comerciantes passaram a ter um fórum próprio para realizar operações como aberturas de firmas e alterações das estruturas das empresas” (LIMA, 1998, p. 46). Quanto às suas atribuições, os Tribunais tinham, dentre outras, a função de auto-regulamentação. Rezende (2003) explica essa função, afirmando que

os responsáveis por julgar o caso de falência de um estabelecimento comercial, por exemplo, eram os mesmos que poderiam se beneficiar pelo desenrolar do caso por serem comerciantes também. Finalmente, acabou prevalecendo o poder da instituição como Tribunal sobre suas outras atribuições administrativas (REZENDE, 2003, p. 17).

Com a expansão comercial, o modelo administrativo-jurídico dos Tribunais de Comércio, tornou-se obsoleto e foram extintos pelo Decreto 2.662 de 09 de outubro de 1875. “Logo em seguida foram organizadas Juntas Comerciais com outro tipo de abordagem para o registro do comércio”, em que permaneceram as funções administrativas, que aprimoraram a delimitação de competência entre os poderes do Estado e as funções jurídicas ficaram sob responsabilidade de juízes de direito. (REZENDE, 2003, p. 17-18).

Em 1875, portanto, extinguiram-se os tribunais do comércio e, em 1876, eram reorganizadas as Juntas e Inspetorias Comerciais (Decreto nº 2.662, de 9 de outubro de 1875). “No Recife instalou-se, então, a **Junta Comercial**, com jurisdição em Pernambuco, na Paraíba e em Alagoas” (PINTO, 1940, p. 33). No ano subsequente foram publicados os decretos nº 6.384 e 6.385, de 30 de novembro de 1876, organizando e fixando a competência das Juntas e Inspetorias Comerciais (LIMA, 1998).

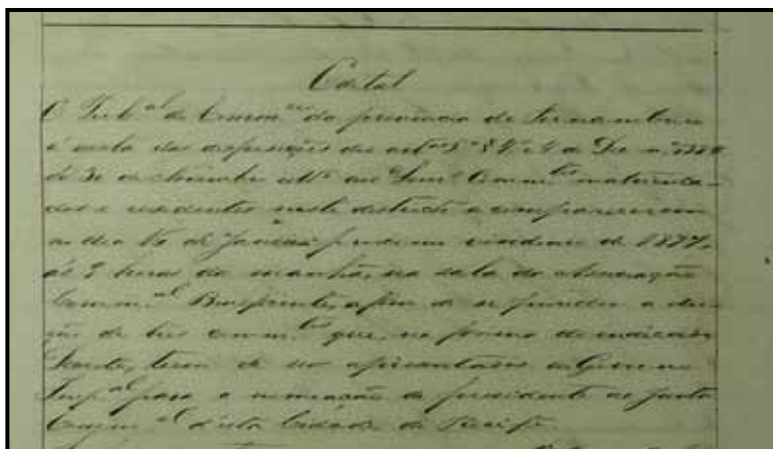


Figura 17 – Edital de convocação do Tribunal do Commercio emitido aos comerciantes matriculados e residentes em Pernambuco para comparecerem no dia 16 de janeiro de 1877 à Associação Comercial Beneficente, onde se procedeu a eleição de presidente da Junta Commercial do Recife.

Fonte: Livro de Registro de Correspondências do Tribunal do Commercio. Acervo digital da JUCEPE.

Podemos perceber que a criação da Junta Commercial do Recife foi em 30 de novembro de 1876, conforme Decreto 6384, porém, sua instalação pode ter acontecido no dia 15 de março de 1877, conforme correspondência de 14 de março de 1877 remetida pelo então presidente da Junta, Antonio Gomes Miranda Leal, ao deputado Joaquim Olinto Bastos, convidando-o para comparecer na instalação da referida Junta, que se daria no dia seguinte ao da emissão da correspondência. (Figura 18):

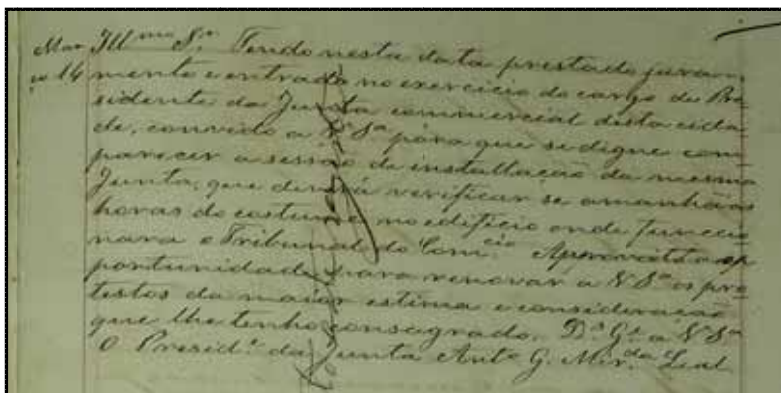


Figura 18 – Correspondência remetida pelo presidente da Junta Commercial do Recife ao deputado Joaquim Olinto Bastos.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

O livro que serviu para o registro de decretos e portarias do Governo, e avisos das Secretarias de Estado expedidos ao Tribunal do Comércio a partir de 1851 demonstra a mudança das atribuições do referido Tribunal para a Junta Comercial da Cidade do Recife conforme o Decreto nº 6.384 (Figura 19)³⁸.

³⁸ “Fica encerrado o presente livro que servio à Secretaria do Tribunal do Commercio desta provincia, cujas attribuições passam a ser exercidas pela Junta Commercial desta Cidade na conformidade do Decreto nº 6384, de 30 de novembro ultimo, e para esta aberto novo livro com o mesmo fim deste. Junta Commercial da Cidade do Recife, 15 de março de 1877. Eu, Julio Augusto da Cunha Guimaraes, Secretario, o escrevi”. Fonte: Acervo digital JUCEPE.

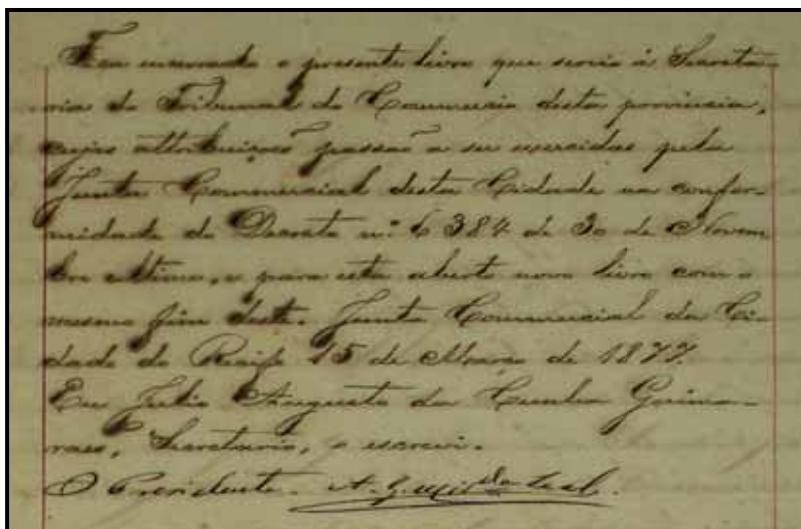


Figura 19 – Última página do Livro de Registro de Decretos e Portarias do Governo, e avisos das Secretarias de Estado expedidos ao Tribunal do Commercio. De 1851 a 1877.

Fonte: Acervo digital da JUCEPE.

Foram instaladas sete Juntas Comerciais, nas cidades mais importantes, e com jurisdição sobre as províncias próximas. As Juntas Comerciais eram responsáveis por registrar não apenas marcas de indústria e comércio, mas também tudo que fosse referente à vida pública de um comerciante: firmas, falências e concordatas; compras de escravos e contratação de feitores; contratos com caixeiros; dotes dados às filhas solteiras; acordos antenupciais; testamentos licenças para as mulheres da família

exercerem comércio e aluguéis de moradias e vendas de propriedades (LIMA, 1998; REZENDE, 2003).

Atualmente, a JUCEPE é o órgão administrador e executor do Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins, na circunscrição territorial sob sua jurisdição, e está vinculada administrativamente à Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco e, tecnicamente, ao Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), órgão integrante do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, nos termos da lei n.º 8.934, de 18 de novembro de 1994, e do seu regulamento baixado pelo Decreto Federal n.º 1.800, de 30 de janeiro de 1996 (PERNAMBUCO, 200?).

Subsistiu, durante 90 (noventa) anos, como órgão da Administração Direta, tendo sido transformada em autarquia estadual através da Lei 5.792 de 30 de abril de 1966. Atualmente, é entidade autárquica vinculada à Secretaria de Indústria e Comércio, e subordinada, administrativamente, ao Governo do Estado e, tecnicamente, ao Ministério da Indústria e do Comércio, através do DNRC. A dupla subordinação decorre do fato de a Constituição Federal ter reservado à União a competência para legislar sobre os registros públicos e Juntas Comerciais, cabendo aos Estados a de regular sua organização administrativa (JUNTA COMERCIAL..., 199-?).

5.2 Aspectos interessantes do acervo digital de marcas registradas

Producto, Brazil, **p**harmacia, **p**hosphoros, **s**uccessores são exemplos da ortografia de uma época que podem ser identificadas nos registros de marca da JUCEPE. Além disso, a arte litográfica como técnica para a composição de várias imagens, e elementos que representam a transformação, não apenas na Língua Portuguesa, mas de questões sócio-político-culturais, permitem a preservação da memória linguística, imagética e o resgate da história da indústria e do comércio no Estado de Pernambuco no final do século XIX e início do século XX.

Uma análise mais abrangente do acervo digital de marcas da JUCEPE permite observar que este proporciona ao usuário ricas informações sobre comerciantes e indústrias, seus endereços, produtos e serviços desenvolvidos, sócios, representantes no Estado, filiais, dentre outras.

Ademais, compõem um manancial de conteúdos relacionados a procuradores nomeados por fabricantes estrangeiros a representar seu comércio ou indústria em Pernambuco; casos negados de registros de marca, através de processos de agravo de petição devido a plágio ou semelhanças entre imagens e/ou

denominações. Demonstram convicções políticas e preferências artísticas dos cigarreiros ou donos das empresas gráficas, que criavam emblemas relacionados a questões políticas, literárias ou artísticas da época; mostram as mudanças de endereços de indústrias e comércio (como a Fábrica Confiança, que mudou da Rua Dr. Rosa e Silva, nº 41 – dados de 1910 – para a R. Floriano Peixoto, nº 41, antiga Imperatriz – dados de 1914).

Além das alterações de endereços, é possível verificar também valores pagos pelos registros e pelo imposto adicional por pedir registro de um segundo exemplar (constantes nos selos colados no documento), como também, a quantidade de vezes em que foi feita a renovação do registro da marca³⁹ e as alterações estéticas nos emblemas ao longo do tempo (Figura 20).

³⁹ Nos registros, apenas encontramos informação referente a isso em documento de 1920. Transcrição: Franco Ferreira e Co., estabelecidos com armazem de estivas à Rua João do Rego, nºs 124 a 130, freguesia de Santo Antonio, d'esta cidade, notando estar a expirar o praso de quinze annos em que devem prevalecer os direitos no uso da sua marca commercial O OCEANO, registrada sob o número 352 nesta Junta em 6 de Outubro de 1905, cujo deposito effectuou-se na Junta Commercial do Rio de Janeiro em 6 de novembro do dito anno como consta da página 5821 do Diário Official de 14 de Novembro do anno mencionado; vem requerer a renovação do mesmo registro em conformidade com o art. 30 do Dec. 5424 de 10 de janeiro de 1905, para o que juntam tres exemplares da marca referida. P. deferimento, Franco Ferreira. Fonte: Acervo digital JUCEPE (SG-RC-4V26, registro nº 1278).



Figura 20 – Emblemas do Cigarro Caxias em 1886 e 1893, da Fábrica Caxias. Exemplo de alteração estética. Fonte: Acervo digital JUCEPE.

A Fábrica Caxias, firma comercial estabelecida na cidade do Recife, à Rua do Forte, nº 3, 5 e 7 e depósito à Rua Duque de Caxias, nº 68, começou a funcionar em 2 de janeiro de 1876 e tinha como seus representantes, em 1886, os comerciantes Marcelino Gonçalves de Azevedo e Antonio Luiz da Silva Brandão (Azevedo & Cia.). Lima (1998) cita que em 1876, tinha como sócios Abílio e Marcelino Gonçalves de Azevedo, entretanto, Abílio faleceu e Marcelino Assumiu a empresa. Afirmar também que em 1891 a indústria passou a ter novos sócios: Manoel da Silva Moreira, Bento Luis de Aguiar (que faleceu em 1916), e os irmãos Manoel e Antonio Gonçalves de Azevedo, filhos de Marcelino.

A especialidade da Caxias era cigarros e fumos, porém, também fabricava cartas de jogar, ou seja, funcionava como indústria cigarreira e litografia. Na petição de registro nº 197 (para distinguir os cigarros

e fumo de seu comércio), de 16 de setembro de 1886, consta que foi dada baixa em tal registro e que seria registrada nova marca sob nº 207, entretanto, o registro nº 207 não consta nas imagens digitais por ter sido retirado do original.

Ao tratar sobre identidade visual da Fábrica Caxias, Lima (1998) observa que o processo não foi simples. Ela diz que logo no primeiro rótulo, fica difícil definir qual o principal sinal de identificação da empresa, observando que durante anos o emblema do aperto de mãos vigorou, sendo substituído depois pela imagem do elefante⁴⁰, “**símbolo da perseverança**, mas também conotando o Oriente, local mítico de onde teriam vindo os melhores cigarros e o hábito de fumá-los.” (LIMA, 1998, p. 107, grifo nosso).

Percebemos que, nas marcas registradas no final do século XIX, havia uma predominância de registros de cigarros, entretanto, isso não significa que não existia o comércio/consumo de fumo de rolo, por exemplo. Apenas reflete que não houve registro desse produto em tal intervalo de tempo. Além disso, a predominância de registros de marcas de cigarros nesse período também não significa que outros

⁴⁰ Não temos como demonstrar a marca que Lima (1998) diz que consta o elefante (registro 147/1901) por não estar nas imagens digitais, visto que foi arrancada do original em algum momento que não sabemos identificar.

produtos não eram registrados, pois vemos registros de doces, bebidas, tônicos, tecidos etc. Subentendemos, a partir dessa predominância do produto cigarro, que os cigarreiros talvez se sentissem mais estimulados a fazer registros e proteger as marcas de fábrica e a respectiva embalagem, por ter sido no meio da indústria do tabaco que se deu o processo que desencadeou a legislação de proteção à propriedade industrial no país (LIMA, 1998).

Independente se marcas do século XIX ou início do XX, percebemos que os registros só eram válidos se fosse feito o depósito de um dos exemplares na Junta Comercial da Capital do Império ou Junta Comercial da Capital Federal. Podemos perceber tal fato no registro de nº 233, de 1888 da fábrica de óleos vegetais, de José Gomes d'Amorim e Thomas Antonio Guimarães (Guimarães & Amorim), cujo pedido da marca '*Luz Brilhante Sem Fumo: oleo aromatico, hygienico e economico para lamparinas*' foi dada baixa em função de não ter depositado um exemplar na Junta Comercial da Capital do Império.

Além disso, em tal registro, que depois foi substituído pelo registro de nº 240, vemos exemplo de sucessores de proprietários da empresa: Guimarães & Amorim como sucessores de Martins & Bastos. Esse é um exemplo de vários que contêm sucessores de industriais ou comerciantes pernambucanos,

demonstrando as transformações ocorridas nas direções das empresas (ver figura 21).



Figura 21 - Recorte do registro de marca do Rapé Area Preta, produzido na Bahia pela fábrica Méuron & Cia, mostrando que a firma Borel & Cia ficou como sucessora da Méuron & Cia.⁴¹ Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Não apenas sucessores, mas os importadores exclusivos de algum produto também eram referidos nos registros de marcas. Para ilustrarmos tal situação, apresentamos o caso de Gonçalves, Cunha & Cia, estabelecidos com armazém de fazendas na capital de

⁴¹ [...] Declaro que a marca retro, registrada sob nº 292, fica pertencendo a firma de Borel & Cia. (sucessores de Méuron & Cia. [...]) Secretaria da Junta Commercial do Recife, 31 de maio de 1892.

Pernambuco, à Rua Marquez d'Olinda, nº 62, importadores exclusivos de uma marca inglesa para ser estampada em tela de algodão branco. (Figura 22).



Figura 22 – Registro da marca inglesa, que teve como importadores exclusivos em Pernambuco Gonçalves, Cunha & Cia. Recife, 26 jan. 1904.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Informações detalhadas referentes ao importador exclusivo no Estado consta apenas na petição do registro (ou quando o documento contém a

área Aplicação), o que é mais um caso que nos faz refletir sobre a necessidade de sugerir disponibilizar o documento completo em um sistema de informação. É fato que esta informação pode ser demonstrada em um campo notas, por exemplo, mas nomes de importadores não são caso isolados de informações relevantes que justifiquem a o documento completo ser disponibilizado.

Outra informação contida somente na parte do requerimento do proprietário (petição) é a respeito de legislações e decretos relacionados à propriedade industrial na época, como por exemplo (Quadro 8):

Decreto no 2.682 de 23 de outubro de 1875	Primeiro diploma legal a conferir proteção às marcas de indústria e comércio no Brasil
Decreto nº 3.346, de 14 de outubro de 1887⁴²	Adaptou a legislação então vigente às disposições da Convenção da União de Paris
Decreto nº 9.828, de 31 de dezembro de 1887⁴³	Referia-se a nome comercial e de empresa

⁴² Com a proclamação da República, a Constituição de 1891 renovou a garantia da propriedade dos inventores e assegurou a propriedade das marcas de fábrica (art. 72, § 27). Nesta mesma época, o Código Penal alterou as disposições do Decreto nº 3.346/1887, abolindo a pena de prisão e modificando a multa estabelecida pela usurpação das marcas (MARINANGELO; CARNEIRO, 200-?, p. 5).

⁴³ No registro de marca nº 248, ano 1889, marca da padaria de Alfredo Almeida & Cia., consta que o Decreto 9.828 de 31 de dezembro de 1887 diz que tanto a petição quanto os exemplares

Lei nº 1.236, de 21 de setembro de 1904	Instituiu o agravamento das penas aplicadas à contrafação e instituição da responsabilidade solidária entre todos os que concorressem para a falsificação de marcas
Regulamento 5.424, de 10 de janeiro de 1905	Regulamentou a Lei nº 1.236, de 24 de setembro de 1904
Decreto nº 16.264, de 19 de dezembro de 1923	Criação da Diretoria Geral da Propriedade Industrial

Quadro 8 – Alguns exemplos de legislações referentes às marcas comerciais e industriais constantes nos livros da JUCEPE

Estes são breves exemplos contidos em alguns registros e que podem servir para estudos sobre a História do Direito Comercial, como (Negrão, 2011)⁴⁴, no âmbito mais geral, como também, saber que leis e regulamentos dispunham determinações para uma marca específica ser registrada.

Além de legislações que tratavam da Propriedade Industrial de forma geral, leis e decretos específicos são citados nas petições para funcionamento de uma empresa específica no Estado. Um exemplo de registro (nº 470, de 1907) que

da marca devem ser feitos em papel consistente, com margem para a encadernação. Esta exigência estava de harmonia com o artigo 5º da Lei nº 3.346, de 14 de outubro de 1887.

⁴⁴ Para mais informações sobre leis, decretos e regulamentos sobre registros de marcas, ver Bento de Faria (1906): <http://www.oab.org.br/editora/revista/users/revista/1205508813174218181901.pdf>.

demonstra lei que autorizava funcionamento de empresa estrangeira no Estado é o da marca da Pura Manteiga de Coco “Cocoina”⁴⁵, feita por *The South American Factory*, Indústria Nacional e do Porto da Madeira, empresa que funcionava no Estado por concessão da Lei Estadual nº 728 de 7 de junho de 1905. Este registro também consta que o produto foi aprovado pela *Inpectoria de Hygiene de Pernambuco*, como tantos outros produtos da mesma natureza.

Outro exemplo de regulamentação de funcionamento de uma empresa estrangeira no Estado era o Decreto nº 13.639, de 11 de junho de 1919, conforme figura 23.

⁴⁵ Imagem consta na capa do presente trabalho.

de açúcar, à Rua Marcílio Dias, nºs 20 e 22. (Figura 24).

Informações como estas, nos incitam a defender um campo de descrição denominado Notas, em um sistema de informação, para constarem conteúdos dessa natureza.



Figura 24 – Registro da marca da Refinaria Salgueiral. Recife, ago. 1902.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Produto que recebeu muitas premiações também, tendo em vista as várias medalhas que asseguram a sua qualidade, foi o Xarope de Abacaxi (*Sirop d'Ananás*), exemplo de marcas referentes ao mesmo objeto, porém em dois idiomas diferentes para servirem no império e no estrangeiro, do industrial Hippolyte Roquayrol, estabelecido na Rua do Bom Jesus, nº 22. Mais uma vez, é um exemplo de rótulo arrancado, que conseguimos o exemplar da Junta Commercial da Capital do Império em Rezende (2003) – (Figura 25).



Figura 25 – Marca do Xarope d'Abacachi / Sirop d'Ananas. 1888.
Fonte: Rezende (2003). A solicitação do registro no acervo digital da JUCEPE está sem a figura.

Ao analisar as imagens, Rezende (2003) verifica que são iguais, mas o texto muda. A designação do produto e o nome do país ganharam tradução na versão nacional, mas a distinção profissional do fabricante, *chimiste* e *distillateur*, não foram traduzidas. (REZENDE, 2003). E acrescenta que a assinatura da litografia, *Champenois & Cie.* (Paris), bem como a qualidade da cromolitografia confirmam que foram confeccionados na França.

Rezende (2003) conclui que a cena, em geral, é baseada na idéia de exotismo e em sua ligação com as terras civilizadas, inicialmente, em função da união entre a nativa e o brasão imperial. Para a autora, o brasão se encontra mais inserido ainda na cena, pois sai do domínio gráfico, ou de fantasia, e ganha volume, embora de forma menos alarmante por estar levemente inserido na plantação de abacaxi. A posição dos abacaxis, abaixo das inscrições (D'Abacachi e D'Ananas), acontece de forma que não se confundam referente⁴⁶ e referência.

A Índia está localizada no centro da cena mas não nos olha de frente. Sua caracterização é bastante controversa até mesmo para os padrões românticos. [...] Apesar dos traços faciais finos e do desenho do corpo ligado às convenções acadêmicas, sua cor é escura e os cabelos pretos. [...] Através do primeiro caso de

⁴⁶ Elementos constitutivos da imagem (MAIMONE; TÁLAMO, 2009, p. 184).

cromolitografia estrangeira que reproduz deliberadamente uma índia vemos como realmente éramos considerados lá fora (REZENDE, 2003, p. 205-206).

Além disso, a paisagem tipicamente marinha, com embarcações, farol etc., associa o produto ao estrangeiro, ou seja, “a colocação de um produto exótico em um país civilizado” (REZENDE, 2003, p. 206). A autora também ressalta a associação de uma índia, a vegetação e frutas típicas, o Sol tropical com a monarquia vigente. Portanto, faz uma interpretação da informação imagética contida na figura. Na CI, a interpretação é a

operação documentária que se refere ao nível de estudo **iconológico**, correspondente ao estrato mais profundo da análise do conteúdo artístico. Para levá-la a cabo, o documentalista considera a intencionalidade do artista, o ambiente histórico-cultural, a função, o alcance e o propósito da obra. Supõe um estágio de abstração, profundidade e complexidade superior à leitura iconográfica, pois intenta apreender a significação profunda da obra artística (MAIMONE, TÁLAMO, 2009, p. 189, grifo nosso).

Já abordamos sobre o nível iconológico na subseção 2.2.1.2 *A representação da imagem*, entretanto, como representar o significado da imagem em um sistema de informação? Freitas e Torres

(2005) propõem o uso das técnicas de conteúdo, palavras-chave e ontologias para contribuir no processo de recuperação de imagens. E acrescentam que o uso de ontologias para a anotação de imagens

consiste, geralmente, em atribuir a uma imagem um conceito pertencente a uma ontologia. A busca, por outro lado, consiste, basicamente, em procurar por imagens que estejam associadas a um conceito escolhido pelo usuário, dentre os disponibilizados pela ontologia. Como as imagens só podem ser anotadas com conceitos pertencentes à ontologia, há uma maior concordância entre os termos usados por usuários diferentes, amenizando, assim, o problema principal da anotação por palavras-chave. Uma outra vantagem dessa abordagem é a possibilidade da utilização da ontologia para a expansão das consultas (FREITAS; TORRES, 2005, p. 61).

Outro aspecto relevante que podemos observar nos registros de marca, são ruas que mudaram de nomes (Exemplo figura 24 – Rua Marcílio Dias, antiga Direita). Às vezes essa informação vem na imagem (figura 26), porém, é na primeira página do documento onde aparece, predominantemente, esse tipo de informação, ou seja, na petição.



Figura 26 – Marca da Fábrica Oitenta e Nove. Rua 89, antiga Imperial, nº 140. Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Os registros que contêm nomes das ruas e seus nomes antigos são ricas fontes para trabalhos como o livro “O Recife e suas ruas: se essas ruas fossem minhas”, de Carlos Bezerra Cavalcanti e Vanildo Bezerra Cavalcanti. Os autores escrevem parte da história da cidade do Recife através das suas ruas e do(s) nome(s) que receberam ao longo do tempo, incitando uma reflexão política, social, poética e até musical (CANTARELLI, 2010).

Em Sette (1948) também é possível observar exemplos de mudanças de nomes de ruas, como, por exemplo, a Rua do Bom Jesus, outrora como Rua dos Judeus e da Cruz; a Rua 1º de Março, outrora do Crêspo, trazendo as imagens dessas ruas.

Os registros de marca, portanto, permitem também resgatar a memória da cidade do Recife neste aspecto. Vale salientar que a mudança de um nome de rua envolve questões políticas, sociais e econômicas, retratando não apenas o simples fato da mudança da rua, mas o que está por trás disso.

Diante disso, consideramos relevante a criação de um campo específico para conter estas informações de endereços, visto que avaliamos que o usuário poderá buscar por uma rua específica e fazer um mapeamento das indústrias e comércios que funcionavam em determinado logradouro, podendo verificar quais tipos de empresas eram instaladas em uma rua específica. Agra Júnior (2011), por exemplo, identificou que as empresas gráficas se concentravam nos bairros de Santo Antônio, contudo, para identificar geograficamente as empresas, ele precisou pesquisar em diversas fontes.

Observamos, também, que o registro da Fábrica Oitenta e Nove (figura 27) faz uma homenagem a 'Ruy Barboza'. É uma situação frequente nos registros de marca homenagem a políticos, literários, artistas, dentre outros, o que nos leva a concluir que eram muito mais do que elementos gráficos, demonstrando técnicas de impressão do momento, mas também, são objetos de sentido que agregam valor às informações

dispostas e incitam a necessidade de interpretações relacionadas ao período sócio-político-cultural do país.

Abad e Niemeyer (2009) corroboram tal afirmação quando analisam os registros da JUCEPE como fontes de informação histórica, trazendo exemplos de rótulos que representam a maçonaria e o início da República no país. (Figura 27).



Figura 27 – Marcas que representam a maçonaria. Registradas em 1902.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Abad e Niemeyer (2009) esclarecem que

apesar de a maçonaria estar presente no Brasil desde a Inconfidência Mineira no final do século XVIII, a primeira loja maçônica brasileira surgiu filiada ao Grande Oriente da França, sendo instalada em 1801 no contexto da Conjuração Baiana. Os maçons àquele tempo exerceram forte influência política no Brasil, tendo entre seus seguidores muitas das principais personagens da política ligadas à independência e aos dois reinados. Por exemplo, José Bonifácio de Andrada e Silva, que, em 1822, foi elevado a

categoria de primeiro grão-mestre da maçonaria do Brasil (ABAD; NIEMEYER, 2009, p. 957).

As autoras supracitadas acrescentam que a maçonaria motivou divergências entre a Igreja Católica e o governo Imperial, o que desgastou tais poderes hierárquicos católicos e o prestígio do Império, proporcionado pelo conflito conhecido como *Questão Religiosa*. Tal desgaste terminou contribuindo para o processo que conduziu a proclamação da República em fins do século XIX (ABAD; NIEMEYER, 2009).

Em seu artigo, Abad e Niemeyer (2009) trazem símbolos do sentimento republicano, instalado no país (marcado pelo positivismo), representados por marcas registradas na JUCEPE. (Figura 28):



Figura 28 – Marca de uma fábrica de café moído que representa a República no Brasil.

Recife, 2 maio 1913.

Fonte: Acervo digital JUCEPE

Os significados contidos em tais registros como em tantos outros não vêm descritos em nenhuma parte do documento de marca. Raros são os casos em que isso acontece, incitando-nos a defender que um sistema de recuperação desse tipo de acervo em ambiente digital merece considerar metodologias de representação que contemplem o conteúdo semântico dos documentos textuais e imagéticos.

Ilustrando a República também, localizamos a marca do *Balsamo Philantropico* (Figura 29), que além de apresentar as características do Positivismo, traz informações sobre o laboratório onde o produto era preparado.



Figura 29 – Marca do Balsamo Philantrophico, de F. Carneiro & Guimarães. Recife, jun. 1907.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Citamos tal exemplo para demonstrar que marcas referentes a medicamentos ou materiais de higiene para o corpo vinham acompanhadas desse tipo

de informação, como também algumas petições de registro dos produtos citados vinham acompanhadas por documentos referentes ao valor pago pelo imposto do selo sanitário, certificados da 'Inspeção de Hygiene' e por atestados médicos para comprovar sua eficácia. Um exemplo é a solicitação de registro do "Sabão Maravilhoso", produzido por Delestre Jayme, em 13 de março de 1915, acompanhado pelo atestado do Dr. Costa Pinto, médico parteiro, que afirmou que o produto podia ser usado contra caspas e acnes ou assepsia da pele sem risco de irritação (Figura 30).

Salientamos a importância de tais documentos anexos às marcas, pois retratam nomes de médicos, consultórios, químicos especializados e em que produto eram especialistas, ou seja, profissionais de uma época que não mais existem, mas que deixaram um legado de conhecimentos científicos referentes aos cuidados com a saúde física desenvolvidos em benefício da população. Tais documentos podem ser fontes valiosas para se fazer um índice de profissionais das décadas a que os documentos se referem, a exemplo do "Indicador Profissional da Cidade do Recife: médicos e dentistas", publicado em 1951.



Figura 30 – Certificado emitido pelo Dr. Costa Pinto sobre o Sabão Maravilhoso. Recife, 5 nov. 1914.

Fonte: Acervo digital JUCEPE

Estes são apenas alguns exemplos de documentação anexas às marcas de medicações ou materiais relacionados à higiene do corpo. Registros desse tipo permitem identificar o farmacêutico, químico ou produtor que manipulava/produzia os medicamentos. Além disso, as farmácias em que eram comercializados. Neste sentido, traremos exemplos de produtos e farmácias conhecidos que não mais existem, e alguns que perduraram no tempo.

Demonstraremos também indústrias e serviços conhecidos regionalmente, mostrando aspectos que contam um pouco de suas histórias, se vistos separadamente, porém, em um conjunto, permitem preservar a memória do desenvolvimento industrial e comercial no Estado de Pernambuco.

No entanto, antes de referenciarmos os exemplos, ressaltamos que, em um sistema de informação, observações como essas poderiam constar também em um campo Notas, porém, desta forma, seria uma descrição direcionada a um item específico, o que não condiz com os propósitos da representação do conhecimento, voltada para descrever conceitos e relações.

5.3 Detalhes de marcas conhecidas regionalmente

Elixir Sanativo e Cajurubéba

Firmino Cândido de Figueiredo⁴⁷ produziu medicamentos que recebeu prêmios significativos,

⁴⁷ Sobre Firmino Cândido de Figueiredo, ver: <http://www.escolaconego.com.br/limoeiro/personalidades.html>

como é o caso do Vinho Cajurubeba (Figura 31), e o Elixir Sanativo (já demonstrado na figura 11), este comercializado até os dias atuais.



Figura 31 – Marca do Cajurubéba, de propriedade de Silva, Braga & Cia.

Produzido por Firmino Cândido. Registrado em maio de 1909. Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Na segunda página do documento, em que contém o parecer do secretário da Junta com

autorização ou não para ser efetuado o registro, consta o seguinte:

Tendo sido registrada a requerimento de Antonio [...] da Cunha sob o nº 182, em 30 de outubro de 1884, uma marca com igual denominação, para o mesmo fim, e não tendo sido renovado tal registro, como determina o art. 11 da Lei 1236, de 24 de setembro de 1904, sou de parecer que pode ser deferida a requerida pelos suplicantes. Secretaria da Junta Commercial do Recife, 17 de maio de 1909 (PERNAMBUCO, 1909)⁴⁸.

Percebemos, então, que o parecer do secretário da Junta só foi favorável porque havia expirado o prazo de registro da outra marca de mesmo nome, solicitada em 1884.

Salientamos que o primeiro registro do Elixir Sanativo na Junta Comercial se deu em 1909, sob o nº 597, entretanto, em 19 de fevereiro de 1914 a viúva de Firmino Cândido pediu baixa do registro solicitado pelo marido em 1909, para que seu filho, João Gabriel Firmino de Figueiredo solicitasse novo registro da marca, constando como o industrial responsável pelo preparo do produto, sendo então registrado com o nº 934 (PERNAMBUCO, 1914).

Em 1917, João Gabriel Firmino de Figueiredo e F. Carneiro & Guimarães deram entrada em um

⁴⁸ As citações diretas retiradas de livros digitais de registro de marca da JUCEPE não têm páginas.

agravo contra despacho favorável da Junta dado a Francisco Olegário de Vasconcellos Galvão, que fez requerimento para o registro da marca do “Elixir Curativo”. Os agravantes recorreram ao Tribunal de Justiça, alegando a marca Elixir curativo nada mais era do que uma imitação da marca Elixir Sanativo. Interessante observarmos que, dentre os documentos anexos aos autos do processo tem um que traz as doenças que poderiam ser tratadas com o Elixir Sanativo, tais como: Hemorragia Uterina, escarros sanguinolentos, Leucorrhéa ou Flores Brancas e ainda traz o modo de usar. Enfim, rica fonte de informação para sabermos algumas doenças frequentes na época e quais poderiam ser curadas por esta medicação. Além disso, traz também a defesa do industrial Olegário de Vasconcellos, emitida também para o Tribunal. Mais um fato que comprova a necessidade de tornar disponível o documento completo do registro, bem como a documentação gerada por algum inconveniente identificado.

O Elixir Sanativo foi e continua sendo indispensável na farmácia dos lares do Nordeste, especialmente da família pernambucana. É uma das marcas mais antigas da região ainda existente (MUNIZ, 2011).

Os produtos citados eram comercializados em farmácias existentes na época, como por exemplo, a

Farmácia dos Pobres, cujo registro de marca também consta no acervo digital de marcas registradas da JUCEPE.

Farmácia dos Pobres



Figura 32 – Segunda solicitação de registro de marca da Farmácia dos Pobres

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

O registro, localizado na etapa de análise documental, foi o solicitado pelo farmacêutico J. Arthur de Carvalho, sucessor de J. A. Maia e Silva em 1899, entretanto, consta no documento, especificamente na página de despacho autorizando o registro pelo

Secretário da Junta na época (Joaquim Soares d'Avellar), o seguinte:

Pode ter lugar o registro solicitado *p^{lo} supp^e*, visto ter expirado em 1892 o prazo de 15 annos de q'trata o art. 12 da lei nº 3346, de 14 de outubro de 1887, e ser hoje o *m. supp^e* o proprietário da pharmacia a q'attende. Secretaria da Junta Commercial do Recife, 26 de Agosto de 1899 (PERNAMBUCO, 1899).

Na petição (primeira página do documento) consta o endereço da Pharmacia dos Pobres, que era na Rua Larga do Rozario, nº 28, Pernambuco. E na última página do documento (despacho final) consta o valor que foi pago pelo registro: Sete Mil e Quinhentos Réis, em 6 de setembro de 1899. Tais informações só são possíveis de serem identificadas a partir da leitura do documento completo, o que nos faz refletir sobre a importância de um sistema de informação digital de documentos desse tipo de documentação, disponibilizar não apenas o emblema com a figura da marca, mas o documento completo.

Farmácia Homeopática Dr. Sabino Pinho

Além da Farmácia dos Pobres, outro registro relevante, identificado durante a análise do acervo, foi

a da Farmácia Dr. Sabino Pinho. Solicitado pelo Dr. João Sabino Lima Pinho em 31 de dezembro de 1897 (e registrado em 1898), para distinguir os preparados do seu comércio e indústria. A *Pharmacia Homeopathica* era localizada à Rua do Barão da Victoria, nº 43. Junto com a marca, constam também duas etiquetas, uma para servir para especificar um preparado e a outra para prender as rolhas que continham os preparados.



Figura 33 – Registro de marca da Farmácia Homeopática Dr. Sabino Pinho.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

Transferindo nossa abordagem de produtos e serviços que eram especializados em cuidados com a saúde para produtos e indústrias alimentícias, apresentaremos registros referentes a fábricas de biscoitos que foram consideradas dentre as principais indústrias de Pernambuco na década de 1930.

Fábrica de Biscoito Pilar a Vapor

Inicialmente, trataremos de uma das mais conhecidas e que ainda existe, produtora de massas alimentícias no Brasil: a Fábrica Pilar. Na figura 11, já demonstramos o emblema da fábrica, rico em elementos gráficos e informação visual. Dentre os biscoitos que ainda circulam no comércio, foi possível identificar o registro dos rótulos da Bolacha Maria, Biscoito Maizena, Wafers e Biscoito Champagne. De propriedade inicial de Luiz da Fonseca Oliveira, passou posteriormente para Luiz da Fonseca Oliveira & Cia. A solicitação de registro da marca da Fábrica localizada foi a de 1904, já por Luiz da Fonseca Oliveira & Cia. O pedido é seguido de várias solicitações de registro de rótulos de biscoitos, dentre eles: Bolacha Soda, Milk, Suissos, Wafers, Lorne, Mimoza, Esmeraldina, Beijos, Estrella de Venus, Camelia, Maitre d'Hotel, entre outros.



Figura 34 – Vários rótulos de bolachas da Fábrica Pilar.
Recife, 1907.

Fonte: Acervo digital JUCEPE

Podemos perceber que vários desses biscoitos não existem mais, entretanto, sem dúvida, fizeram parte dos lanches de crianças e adultos pernambucanos em outros tempos. Fato relevante que merece atenção foi o que aconteceu com a Bolacha

Maria, que teve seu emblema plagiado pela empresa (Padaria Central), de Gomes Sobral & Cia. A Fábrica Pilar entrou com um agravo contra tal empresa, que não conformada com o indeferimento do pedido de registro de marca pela Junta, recorreu ao Superior Tribunal de Justiça.

Em função de maior parte da documentação apresentar dificuldade na leitura em função da letra ilegível, impossibilitando saber o resultado da sentença, queremos mostrar apenas com tal exemplo que após o caso de plágio citado da Méuron & Cia, passou a ser possível, solicitar indeferimento de pedido quando um comerciante identificava que outro estava plagiando seu produto. Este exemplo não é um caso isolado nos registros analisados. (Figura 35).



Figura 35 – Exemplo de plágio envolvendo a marca “Maria”. Recife, 1907.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

O agravo contra Gomes Sobral & Cia. feito por Luiz da Fonseca Oliveira & Cia. é acompanhado por um abaixo-assinado, atestando que Luiz da Fonseca Oliveira & Cia. era quem já fabricava a bolacha há mais de dez anos. O documento é datado de 29 de abril de 1907.

Padaria Central e Fábrica a Vapor de Biscoitos e Massas Alimentícias Confiança



Figura 36 – Registro da marca da Fábrica Confiança. Recife, jun. 1914.

Fonte: Acervo digital JUCEPE.

A marca da Fábrica Confiança, de Gomes & Cia, foi registrada sob o nº 703, em 21 de setembro de 1910, depois nº 956 em 1914, entretanto, esses registros ficaram sem efeito, conforme observações contidas na quarta página do documento (despacho do

Secretário). Em 28 de outubro de 1914, Gomes & Cia solicitam novo registro da marca, uma vez que o pedido anterior (o de 1914) havia ficado sem efeito porque os proprietários não depositaram a mesma na Capital Federal, por ter sido apresentada fora do prazo marcado pela lei. Em 23 de junho de 1916, o registro solicitado e deferido pela Junta em 1914 foi transferido da extinta firma Gomes & Cia, constituída dos sócios José Nunes Gomes e José Luiz da Cruz para a nova Gomes & Cia, dos sócios José Luiz Gomes da Cruz, Manoel Gonçalves Chaves e Georgino Gonçalves Torres.

Vale salientar que a sua Bolacha Rusticana estava incluída na oitava categoria da classificação elaborada pelo *Bureau Internacional de Berna*. Além da Rusticana, constavam como produtos da fábrica: Primavera, Perola, Rosa e Silva, Carmem, Confiança, Alfabeto, Perry e Crack, dentre os identificados.

Procuramos demonstrar apenas alguns detalhes identificados nos registros das marcas citadas. Além deles, foram localizados também os registros das marcas da Pernambuco Powder Factory (de Herman Lundgren), que depois passou a ser Sociedade Anonyma Pernambuco Powder Factory; da Compainha de Tecidos Paulista; Compainha de Fiação e Tecidos de Pernambuco; Asthmatol; Casa Pesqueira, de Carlos Frederico Xavier de Britto, fabricante de doces em

Pesqueira; Restaurante Manoel Leite; Jornal do Commercio; Jornal Pequeno; Cassia Virginica (preparado por F. Galvão); pedidos de renovação das Fábricas Lafayette e Caxias; Fábrica União, que tem uma explicação que a figura do homem no rótulo representava a indústria e a figura feminina representava a união; Fábrica de Phosphoros da Torre, de Fernandes & Cia., trazendo explicação sobre os animais mitológicos constantes no rótulo (figura 37).



Figura 37 – Registro de marca da Fábrica de Phosphoros da Torre. Recife, 1905.

Fonte: Acervo digital JUCEPE

Na descrição técnica da marca, além de conter características meramente referentes a linhas e traços, traz também uma explicação que os animais mitológicos com cabeça de águia e corpo de leão,

simbolizam a força, a prudência e o cuidado. Apesar das marcas da Fábrica da Torre e a da Fábrica União explicarem o significado das figuras, são exceções dentro do conjunto de registros que não contêm estas informações explicativas. Na seção 5.4 Usuários de registros de marcas históricas veremos mais exemplos de “marcas que significam”, incitando-nos a afirmar que não apenas os documentos textuais precisam ser representados semanticamente, mas também, as figuras, rótulos, emblemas.

5.4 Usuários de registros de marcas históricas

Os registros de marca são fontes que subsidiam pesquisas de várias áreas do conhecimento, fomentando a produção não apenas tecnológica, mas também a científica, permitindo analisar a evolução das tecnologias, a capacidade de inovação científica e tecnológica da sociedade, os agentes de produção de invenções e as modalidades de expressão estética adotadas para representar empresas e produtos no passado (NUNES, 199-, p.182). Tratados aqui também como rótulos ou efêmeros, são apresentados como objetos de pesquisas em áreas como História, Negócios, Design, Comunicação, dentre outras.

Uma publicação do ainda Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, hoje Fundação Joaquim Nabuco, demonstra as peculiaridades históricas possíveis de serem identificadas em rótulos de cigarros do século XIX.

Vindos, quase na totalidade, do século XIX, são rótulos de marcas extintas com fábricas que as produziram; marcas preferidas de muitos fumantes. Ou como se diz, que ‘fizeram época’ entre eles (HISTÓRIA..., 1965).

Tal obra chama a atenção de que os rótulos permitem observar não apenas a decadência de fábricas como Lafayette⁴⁹ e Caxias⁵⁰ ou comprovar a beleza da arte litográfica no Estado, mas prestam-se também como

⁴⁹ Fábrica de cigarros, da firma Moreira & Cia., funcionou até 1938. Localizada na esquina da Rua do Imperador com a 1º de Março, antiga R. do Cabugá, “distribuía cigarros os mais conhecidos do seu tempo, vendia fumo e mortalha para quem preferia fazê-los em casa e demais artigos para fumantes: cachimbos, piteiras de vários tamanhos e feitios, fósforos – era ainda fraca a moda dos isqueiros - caixas de charutos, rapé [...] Depois instalou-se, no depósito da Lafayette, um Café, o mais importante do Recife. Café sentado, como se dizia, dêsses que foram abolidos porque, mais do que dinheiro no caixa, rendiam conversa fiada aos proprietários [...] Durante anos, discutiram-se, da manhã à noite, entre cafezinhos e baforadas, problemas pernambucanos de toda espécie [...] O Lafayette era freqüentado também por governadores, deputados e senadores com os seus cabos eleitorais nas imediações, literatos, estudantes, jornalistas” (HISTÓRIA..., 1965, p. 15-16).

⁵⁰ Ver capítulo 5 O acervo de marcas registradas da JUCEPE como fonte de informação histórica).

documentário histórico, sociológico e psicológico [...] Traduz implicações de acontecimentos imediatos, gostos, partidarismos políticos, críticas, preferências, até mesmo endereços, todo um complexo psico-social (HISTÓRIA..., 1965, p. 8).

Ao destacar os mais de vinte livros da JUCEPE como fundamentais para estudos sobre rótulos de cigarros impressos em litografia, Lima (1998, p. 44) diz que essa técnica de impressão criou “as bases para as modernas estratégias de marketing do cigarro como um produto de lazer”⁵¹. E acrescenta que este acervo de efêmeros⁵² “oferece um amplo quadro do que era feito pelos litógrafos da época para atender à sua clientela de cigarreiros” (LIMA, 1998, p. 45), como eram chamados os fabricantes de cigarros. Em sua dissertação de mestrado, a referida autora analisou os registros de marca da JUCEPE, de 1875 a 1924, e os rótulos da Coleção Brito Alves, constantes no acervo da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ).

Concentrando-se nas marcas de cigarros e afins (charutos, “mortalhas”, rapé, etc.), a autora criou para ambas as coleções analisadas, bases de dados computadorizadas, o que conseguiu com o apoio direto

⁵¹ Interessante destacar que esta visão difere da que predomina atualmente.

⁵² Para a pesquisa em história gráfica, efêmero é todo material impresso de vida breve (AGRA JÚNIOR, 2011).

da Escola Superior de Desenvolvimento Industrial (ESDI) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), que franqueou o laboratório de informática para o escaneamento da documentação. Do acervo da JUCEPE, a pesquisadora selecionou os dois primeiros livros (dois primeiros tomos - volumes)⁵³ e todas as marcas das empresas Caxias e Lafayette até 1924. Ao analisar essa documentação, Lima (1998) diz ser

possível fazer a reconstrução cronológica destas marcas, seguir a aventura comercial dos principais cigarreiros, e ainda identificar as litografias e alguns dos gravadores responsáveis pelas imagens, de 1875 a 1923, quando o registro passa a ser centralizado no Rio de Janeiro, perfazendo cerca de 500 registros somente na área do tabaco, nesses quase 50 anos⁵⁴ (LIMA, 1998, p. 45).

Para Lima (1998) foi importante verificar que, em algumas imagens coladas, é possível identificar o nome da litografia na qual se imprimiu o rótulo. Salienta-se que o nome da litografia, quando exposta, vem impresso exclusivamente na figura, não consta no

⁵³ Vale salientar que o material digitalizado pela FGF em 2005 de marcas da JUCEPE inicia do tomo 3 (anos 1886-87). A apresentação no início de tal livro diz que ele há de servir como tomo terceiro de registro de marcas, ou seja, não contemplou os dois primeiros volumes, pois não foram recebidos pela equipe do Centro de Documentação da FGF.

⁵⁴ O registro acabou oficialmente em 1923, mas alguns foram ainda feitos no ano seguinte (LIMA, 1998, p. 248).

texto do documento. Aos pesquisadores, como Lima (1998) e Agra Júnior (2011), que lhes interessa saber a respeito das indústrias gráficas que existiam em Pernambuco no final do século XIX e início do século XX, ter acesso ao nome das empresas que imprimiam os rótulos, seus endereços e quais eram especialistas nesse tipo de técnica de impressão é fator relevante para suas pesquisas.

Diante do exposto, defende-se a importância de um sistema de recuperação de marcas em ambiente digital que também permita recuperar a técnica de impressão utilizada para a confecção dos rótulos, além de aspectos relacionados apenas ao conteúdo textual. Tendo em vista que a litografia e o *off-set* existiram concomitantemente, até que houve o fim da litografia, distinguir tais concepções torna-se relevante.

Além do aspecto da litografia, a pesquisa de Lima (1998) analisa também a evolução estilística das marcas e a diferença entre as marcas de fábrica e as dos cigarros produzidos por elas. Sendo as imagens coladas no documento (emblemas), portanto, imprescindíveis para o desenvolvimento da sua pesquisa.

Outro trabalho acadêmico que necessita da identificação da técnica de impressão é o de Agra Júnior (2011). Recuperar marcas impressas apenas em litografia, no período de 1930 a 1965, seria

fundamental para o referido autor. Sua pesquisa teve por objetivo investigar a presença da litografia comercial no Recife durante o século XX, especialmente entre as décadas de 1930 a 1960, e se propõe a apresentar informações inéditas como nomes de litografias, localizações, serviços gráficos oferecidos, principais clientes, dentre outros assuntos. Nesta perspectiva, identificar quais impressos eram em litografia, inclusive marcas de indústria e comércio, seria essencial para o autor.

Dentre os impressos abordados na pesquisa, estão também os registros de marcas da JUCEPE, ou seja, envolve também a documentação anteriormente esquecida nas Juntas Comerciais ou nos Arquivos Públicos do país. Material de valor indispensável que guarda informações indispensáveis sobre “a história das técnicas de impressão, da linguagem gráfica e mesmo da cultura brasileira” (AGRA JÚNIOR, 2011, p. 40).

Os rótulos da indústria cigarreira iriam ainda promover uma popularização de elementos pictóricos, transformando suas embalagens em verdadeiros porta-vozes de temas políticos, históricos, populares, sociais, entre muitos, transformando os rótulos em meios de veiculação de informação para uma população cada vez mais inserida no circuito de consumo das imagens (AGRA JÚNIOR, 2011, p. 98).

Em sua dissertação, destacam-se observações a respeito da cultura visual que foi se estabelecendo ao longo dos anos/séculos, enfatizando que a riqueza dos rótulos de um produto muitas vezes define a sua compra, e destaca também o importante papel da litografia como “principal responsável pela libertação tanto da letra impressa quanto das ilustrações para rótulos” (AGRA JÚNIOR, 2011, p. 113).

Essa liberdade deu origem ao conhecido rol de ilustrações que passaram a fulgurar nos rótulos de diferentes produtos ao qual eram aplicados. A forma feminina e seu apelo sensual; as insígnias, bandeiras e brasões de armas representando autenticidade e tradição; e as medalhas, reais ou falsas, significando qualidade que povoaram os rótulos do século XIX e boa parte dos do início do século XX (HUMBERT, 1972 *apud* AGRA JÚNIOR, 2011, p. 113).

Observamos, mais uma vez, que identificar impressos em litografia, inclusive registros de marcas, seria essencial para o autor em um sistema de informação, através de um campo que especificasse a técnica utilizada para produção do emblema. E, apesar de Agra Júnior (2011) não aprofundar nos significados dos famosos efêmeros, traz referência sobre tais documentos como elemento de sentido.

Outro exemplo de pesquisa enfatizando a importância do conteúdo visual como elemento de

sentido é a dissertação de Camargo (2007), que analisou a presença da imagem feminina nos rótulos de cachaça da Coleção Almirante, no período de 1940 a 1950, constante na FUNDAJ. Mostra que o *design* dos rótulos impressos em litografia constitui uma poderosa ferramenta publicitária, especialmente pela associação que cria entre a cachaça e certos personagens míticos femininos (CAMARGO, 2007, p. 6).

Camargo (2007) analisa o uso da sedução feminina nos rótulos de cachaça, verificando que, se por um lado, o uso da imagem da mulher em produto de uso predominantemente masculino à época poderia conotar uma lógica argumentativa machista; por outro lado, fundamentando-se no pensamento de Baudrillard sobre o caráter sedutor da figura feminina, a autora argumenta que o papel da mulher nos rótulos de cachaça pode conter a idéia de força e poder.

Diante disso, tais considerações demonstram que houve a interpretação das imagens por Camargo (2007), fundamentada no pensamento filosófico de Baudrillard. Para tal pesquisadora, seria imprescindível recuperar rótulos contendo a figura da mulher, logo, uma representação descritiva relacionada apenas aos elementos textuais do documento seria insuficiente para atender aos seus propósitos.

Especificamente a respeito de significados sócio-políticos, econômicos e culturais de rótulos, identificamos o artigo de Venâncio (2011), que trata dos rótulos de cigarros da Coleção Brito Alves da FUNDAJ como fontes de informação históricas. Nele, Venâncio (2011) relata que “o acervo é de tal dimensão que permite até mesmo pesquisas quantitativas”. E demonstra alguns temas estampados em diversos rótulos: “os ‘Cigarros Conservadores’, por exemplo, mostram uma das formas de divulgar os símbolos da monarquia junto à população”. “O maço do ‘O Brado do Ipiranga’, por sua vez, despertava interesse em relação ao momento fundador do Império”, [...] “enquanto os ‘Cigarros a Gonçalves Dias’ ajudavam a difundir a literatura”.

Artigo específico sobre as marcas registradas da JUCEPE é o de Abad e Niemeyer (2009), que analisaram os rótulos colados nos documentos de marcas da Junta como fonte rica de informação, e se concentra em identificar marcas que retratavam a maçonaria e o positivismo, trazendo uma reflexão do momento político, social e cultural vivido em Pernambuco, na mudança do século XIX para o século XX.

Abad e Niemeyer (2009) trazem exemplos significativos para demonstrar os dois temas citados e esclarecem que

a República no Brasil foi proclamada não como resultado de um movimento popular, e sim como resultado dos ideais de uma elite intelectual com profundas raízes no positivismo de Comte. Isso fez com que o pensamento positivista tivesse um impulso poderoso e, por conseguinte, fosse acelerada a decadência do poder político maçônico (ABAD; NIEMEYER, 2009, p. 957-958).

Diante disso, trazem exemplos de elementos iconográficos de herança positivista presentes na bandeira da República recém-instaurada no Brasil e marcas que traziam símbolos associados à maçonaria, conforme será demonstrado no capítulo 5 “O acervo de marcas registradas da JUCEPE como fonte de informação histórica”.

Os exemplos de Venâncio (2011) e Abad; Niemeyer (2009) exploram o significado das imagens, demonstrando a importância do conhecimento do domínio, não apenas de marcas, mas do contexto histórico, político e cultural, em um determinado tempo, em Pernambuco e no Brasil como um todo.

Em consonância com tais pesquisas, verificamos que na dissertação de mestrado de Rezende (2003) foi realizado um recorte temático entre os quase mil rótulos existentes na coleção da Junta Comercial que outrora foi instalada na Corte do Brasil e que, atualmente, o acervo encontra-se no Arquivo Nacional. A autora escolheu registros de marca que apresentam

a imagem do indígena, em função do conjunto de dúvidas e perguntas que lhe surgiram: por que o índio foi utilizado em rótulos de produtos tão diversos? Por que, com frequência, eles apareciam ao lado do brasão do Império? Por que parecem sumir com o advento da República?

À parte às conclusões da pesquisa, o que nos chama atenção é o interesse pela imagem do índio nos rótulos, levando-nos a considerar ser essencial descrever com maior riqueza semântica a imagem contida no documento, não se limitando a representar a informação textual em um sistema de informação digital. Ou seja, apesar de a imagem estar colada no documento em si, o que poderia tornar desnecessária a representação imagética, é imprescindível a representação visual utilizando termos e conceitos que representem o seu conteúdo semântico, pois agregam valor ao documento, incorporando informações além das explícitas na parte textual.

A autora supracitada explorou a linguagem visual dos rótulos do século XIX a fim de explicitar os mecanismos de composição gráfica dos emblemas que apresentavam ao leitor uma suposta integração entre o índio e o império brasileiro, ou seja, analisou essa dicotomia da presença do indígena - considerado como um ser nativo, rudimentar - nos rótulos oitocentistas, objetos que demonstravam transformação, evolução,

o progresso. Como Rezende (2003) objetivou verificar como os rótulos transmitem graficamente sua mensagem, ela precisou recorrer a alguns conceitos dos estudos da recepção, considerando que

a teoria da recepção permite estendermos a análise da relação obra-leitor para além do universo literário. Ampliando a ideia de texto, leitor, e aprofundando conceitos como linguagem e repertório⁵⁵, podemos atingir o universo dos impressos e artefatos [...] (REZENDE, 2003, p. 141).

Diante disso, o conceito de leitor é ampliado e leitor pode ser considerado aquela pessoa que entra em contato com uma produção (escrita, impressa, tridimensional, construída, etc.) e que faz a leitura de se entorno a partir da experiência com essa produção (REZENDE, 2003).

O universo do leitor, neste trabalho também considerado um potencial usuário do sistema, é ampliado não apenas por transcender o texto escrito, considerando então outros suportes, mas porque, em

⁵⁵ O repertório é o conhecimento partilhado pelos indivíduos [...] O repertório de uma sociedade numa dada época é formado pela carga de informação que seus membros partilham e pela transformação dessa informação em significados coletivos: o que eu sei, o que o outro sabe, o que nós sabemos. Essa sociedade atribui aos objetos que produz seus significados próprios e esses podem ser mantidos, subvertidos ou obliterados por sociedades diferentes ou em tempos posteriores (REZENDE, 2003, p. 143 e 146).

função dos rótulos terem persistido no tempo, o leitor não é mais apenas aquele que viveu quando foram criados, porém, também são leitores aqueles que vêem os rótulos em livros de História, como objeto de estudo acadêmico ou em coleções particulares e públicas (REZENDE, 2003).

Além da leitura, a transmissão da mensagem se dá pela linguagem. Os rótulos oitocentistas são exemplo de suporte de uma linguagem específica, “associada à atividade comercial de seu tempo e à transmissão de mensagens por meios eminentemente visuais.” (REZENDE, 2003, p. 142).

Qualquer linguagem é socialmente controlada, isto é, tem que fazer sentido para uma comunidade, não apenas para uma pessoa. Por exemplo, se hoje temos dificuldade em entender porque o responsável pelo rótulo escolheu o deus romano Mercúrio pra ilustrar seu produto é porque estamos distantes de uma realidade na qual fazia parte do senso-comum Mercúrio representar o comércio e as exportações [...] a mitologia greco-romana fazia parte do repertório dos comerciantes e consumidores do final do século XIX no Brasil, e não é mais tão comum no repertório do mesmo local cem anos depois (REZENDE, 2003, p. 142).

A figura do indígena, como também, outros elementos de representação da sociedade da época são fundamentais para a pesquisa de Rezende (2003).

Entretanto, não apenas a figura como mera representação imagética de linhas e traços, mas a interpretação que ela permite, fundamentada no conhecimento consensual de uma época, que é elemento de memória coletiva e são estes elementos de sentido que dão significado aos registros de marca.

Portanto, a necessidade de interpretação imagética pressupõe outra necessidade a ser atendida no desenvolvimento de Sistemas de Informação: não se limitar a descrição física dos documentos de imagem (dimensões, cor de impressão etc), é fundamental considerar a representação do conteúdo semântico inserido na mensagem visual.

Ao fazermos tal afirmação, concordamos com Alvarenga (2003) e consideramos o documento como registro do conhecimento. Conforme a autora, dos enunciados sobre os seres gera-se o chamado conceito, unidade de conhecimento referente ao ser percebido, componente essencial do conhecimento a ser representado. E o processo de produção dos registros do conhecimento compreende a etapa de representação primária da coisa ou ser (ontologia)⁵⁶. Dessa representação primária surge um produto, seja ele em qualquer tipo de suporte, ou seja, um “conhecimento sobre a coisa, conhecimento que forma

⁵⁶ A ontologia aqui exposta é aquela considerada como o estudo do ente ou do ser.

o campo que a filosofia denomina de epistemologia.” (ALVARENGA, 2003, p. 5).

E acrescenta que tais produtos necessitam de uma representação secundária no processo de tratamento para fins de armazenagem nos sistemas de informação. Diante disso, o objeto prioritário da representação secundária não é o acervo das coisas e seres existentes, ou seja, o acervo da ontologia, mas “o acervo de conhecimentos **sobre** essas coisas e seres, objetos da *epistemologia*.” (ALVARENGA, 2003, p. 5, grifo nosso).

Aspecto relevante abordado por Alvarenga (2003) é que os produtos finais da representação primária são compostos pelos conceitos sobre os seres, que são mais ou menos intensamente detalhados e codificados através da linguagem. Na representação secundária, usada nos sistemas de informação, tais conceitos que constam nos registros primários são identificados de maneira sucinta pela escolha de pontos de acesso que o representam para fins de recuperação no sistema.

A autora acrescenta também que

Uma das grandes dificuldades que vem sendo ressaltada nos processos de recepção e tratamento do conhecimento, para fins de preservação e acesso, constitui-se no fato de que as tentativas de se classificar seres, coisas e textos que sobre esses são produzidos,

revestem-se *a priori* da constatação de que as coisas e os conhecimentos que lhe são correspondentes não se reduzem ao que deles pode ser visto explicitamente [...] ao se tentar classificar objetos, seres ou idéias registradas em conhecimentos, não é suficiente que se capte superfícies de emergência, essências, características, ou que se considere nos documentos apenas as unidades lexicais (palavras) deles constantes. Torna-se necessário que se aprofunde no conhecimento das relações entre as similitudes e diferenças entre conhecimentos e objetos integrantes de uma coleção (ALVARENGA, 2003, p. 7).

Ação imprescindível também no processo de organização do conhecimento é identificar os elementos de descrição física e temática que podem ser consideradas relevantes para as pesquisas dos potenciais usuários do sistema de informação, levando em consideração suas potencialidades cognitivas.

a cognição está presente nos acervos internos mentais, formados por conhecimentos acumulados, presentes nos produtores dos registros primários, nos usuários finais e nos profissionais intermediários responsáveis pelo tratamento da informação (ALVARENGA, 2003, p. 11).

Os registros de marca da JUCEPE, conforme já exposto, são considerados componentes materiais dotados de significado, elementos que representam a

memória de uma época e passíveis de representação secundária para fins de comunicação por meio de um sistema de informação digital. Diante disso, sua representação secundária deve levar em consideração tais aspectos.

Newton (2010) aborda que existem várias pesquisas acadêmicas sobre marcas históricas, porém há deficiência do assunto quando diz respeito à história dos negócios, o que o surpreende, pois analisar marcas históricas permite também aprofundar aspectos históricos de uma empresa. E acrescenta que o que é necessário para que a investigação histórica neste domínio seja mais prática - e para abrir novas áreas de estudo -, é um banco de dados de todas as marcas que já foram registrados em cada país. (NEWTON, 2010, p. 1, tradução nossa).

Além disso, Newton (2010) afirma que a grande vantagem de um sistema de recuperação de marcas é a reunião dos dados sobre cada marca, permitindo que sua história seja rastreada, ou seja, identificar quando foi registrada pela primeira vez, as informações de propriedade (que podem mudar ao longo do tempo), a imagem (se houver) e possíveis mudanças nos aspectos visuais, o que ele afirma ser difícil ocorrer, mas pode acontecer, trazendo o exemplo das alterações na marca figurativa Shell. O autor frisa que um país que já tem um banco de dados histórico de

marcas é a Espanha⁵⁷, em que há dados, a partir de 1865, disponíveis. E enfatiza que seu sonho é que os dados de vários países sejam disponibilizados, de modo que as comparações internacionais possam ser feitas (NEWTON, 2010).

Diante do que foi exposto, percebemos a necessidade de criação de sistemas de informação de registros de marca históricos de forma sistematizada, com tratamento informacional adequado. Portanto, é preciso especificar, nesses sistemas, informações além dos dados apresentados nos sistemas de marcas atuais, como também, nos que fornecem acesso a esse tipo de documentação mais histórica.

Os sistemas atuais, como o banco de marcas do INPI, por exemplo, fornecem elementos de descrição que representam os atributos de um objeto digital específico, diferentemente da necessidade informacional dos usuários, que precisam cada vez mais de descrição aplicada a unidades do pensamento (conceitos) e suas relações semânticas.

Os exemplos de usuários apresentados aqui já são elementos substanciais que justificam a necessidade de criar sistemas direcionados ao público que pesquisa sobre rótulos ou registros de marcas

⁵⁷ O banco de marcas históricas da Espanha e o sistema de rótulos de cigarros da FUNDAJ foram analisados na seção 6 Análise dos sistemas de recuperação de marcas registradas.

históricos de indústria e comércio do Estado de Pernambuco, bem como de cada país, conforme afirma Newton (2010). Para isso, alertamos para a importância de haver um planejamento antecipado da organização da informação/conhecimento a serem disponibilizados, a fim de atender as necessidades específicas dos usuários desse tipo de informação.

Estudos realizados sobre Web Semântica têm sido apresentados como uma alternativa para solucionar problemas de recuperação da informação na web e, através dos metadados, associados à modelização de domínios específicos do conhecimento com as ontologias, podem ser que contribuam com questões referentes à estruturação da informação e organização do conhecimento contido em registros de marcas em ambiente digital.

6 ANÁLISE DOS SISTEMAS DE RECUPERAÇÃO DE MARCAS REGISTRADAS

6.1 Procedimentos metodológicos

Diante do explicitado sobre o acervo de marcas digitalizado da JUCEPE, ressaltamos os seguintes questionamentos: como contribuir para viabilizar o acesso adequado a esses estoques de conhecimento? Quais reflexões iniciais podemos traçar a fim de que sirvam como parâmetro para subsidiar a construção de uma proposta de estruturação das informações contidas nessa documentação?

Partimos do pressuposto de que uma organização adequada, previamente planejada a partir de uma política de informação consistente tende a aumentar as chances de melhor acesso a essas fontes históricas de informação tecnológica em ambiente digital.

Sabe-se que o presente estudo restringe-se aos aspectos teóricos que possam subsidiar o tratamento informacional dos registros de marcas históricas da JUCEPE, contudo, almejamos que os resultados possam contribuir para o avanço do conhecimento

sobre o assunto e que sua aplicação seja replicável por outras instituições.

O andamento da pesquisa foi orientado em três etapas, a seguir detalhadas:

a) Revisão teórico-conceitual:

Para a construção do referencial teórico conceitual desta pesquisa (seções 2 Organização da informação e do conhecimento, 3 Web Semântica, 4 Marcas registradas e 5 O acervo de marcas registradas da JUCEPE como fonte de informação histórica), efetuamos busca exaustiva no Portal de Periódicos da Capes e Google Acadêmico, com os seguintes termos: web semântica/ semantic web, organização/ representação do conhecimento/ knowledge organization/ representation on the semantic web; historical trademark database user, historical trademark database, image representation, ontologies and image, metadata and image.

Além disso, recorreremos a fontes impressas (primárias e secundárias), tais como: trabalhos acadêmicos como os de Lima (1998), Rezende (2003), Agra Júnior (2011), dentre outros, sobre marcas históricas para caracterizar as necessidades potenciais desses usuários. Pudemos verificar que, na literatura de CI, em busca realizada na base Library &

Information Science Abstract (LISA) são poucos documentos que tratam de bancos de marcas registradas históricas, as abordagens se direcionam para bancos de marcas ainda vigentes. Além disso, identificamos usuários desse tipo de informação: marcas registradas de caráter histórico para verificar quais são suas necessidades potenciais.

b) Análise documental:

Etapa destinada à observância de fatos de valor histórico contidos nos registros de marcas da JUCEPE, bem como a identificação de dados comuns aos registros. Esta segunda tarefa – de identificação de dados - teve como propósito mapear informações de valor histórico que apresentassem padrões de repetição em documentos distintos, ou seja, elementos descritivos que apresentassem repetições nos registros de marcas com relevância para pesquisas de cunho de resgate memorial. Esta etapa contribuiu para a elaboração da seção 6.

Inicialmente, realizamos uma descrição geral das pastas/diretórios digitais que contêm os arquivos de marcas registradas digitalizados, identificando também algumas características breves referentes à estrutura das informações nos documentos de marcas. Posteriormente, foram analisados documentos

digitalizados (em formato de imagem *.jpeg*) armazenados em DVD. No intuito de evitar posicionamentos pessoais na seleção dos documentos analisados, adotamos os seguintes passos:

- foram priorizados os arquivos que continham imagens coladas;
- e aqueles que foram identificados como de relevância histórica para o Estado de Pernambuco em projeto já mencionado e executado no ano de 2005 (figurativos ou nominativos).

Em seguida, no intuito de delimitar os registros de marcas analisados, optamos por escolhê-los a cada dez registros, seguindo a ordem em que foram armazenados nos DVDs. Exemplifica-se: na pasta SG-RC-4V14 do DVD foi escolhido o primeiro arquivo registrado (ordenado numericamente), depois, o décimo arquivo, e assim sucessivamente. Ressalta-se que, se o arquivo digital na dezena selecionada não contivesse imagem ou não constituísse o início do documento, escolhia-se o próximo que não se enquadrasse nessa restrição. Tal opção de escolha decorreu da grande quantidade de arquivos digitalizados (**4.110** – quatro mil cento e dez arquivos).

c) **Análise dos sistemas:**

A partir de levantamento bibliográfico observamos a inexistência de critérios publicados na literatura de CI relativos a análise dos sistemas de recuperação de marcas históricas, por isso estabelecemos alguns parâmetros de análises. Esses critérios focaram questões relacionadas à organização da informação e do conhecimento na *web* visando identificar se os sistemas escolhidos para a análises poderiam atender a demandas de usuários interessados em registros de marcas históricas como documentos memoriais.

Vale salientar que a escolha dos sistemas pressupôs que os mesmos disponibilizassem registros de marcas ou rótulos históricos citados pelos usuários/atores referenciados na presente pesquisa na seção 5.4. Portanto, a análise compreendeu a base de marcas hospedada no site do Arquivo Histórico da Oficina Espanhola de Patentes e Marcas (OEPM)⁵⁸, citado por Newton (2010), e os rótulos da Coleção Brito Alves, disponíveis no site da FUNDAJ⁵⁹ e citados por Lima (1998) e Venâncio (2011).

Os critérios seguidos para analisar os sistemas foram:

⁵⁸ <http://historico.oepm.es/archivohistoricow3c/index.asp?idm=es>

⁵⁹ <http://digitalizacao.fundaj.gov.br/fundaj/>

CRITÉRIO	ASPECTOS OBSERVADOS
Conteúdo informacional	Se o registro é completo ou apenas rótulo (figura); se agregam informações do ponto de vista histórico que sejam relevantes para os usuários
Metadados	Quais metadados utilizados pelo sistema
Possibilidades de pesquisa	se utiliza alguma ferramenta de organização do conhecimento: classificação, tesouros ou ontologias para auxiliar a busca
Recuperação da informação	Precisão na recuperação da informação pesquisada

Quadro 9 - Critérios elaborados para análise dos sistemas

O Arquivo Histórico Digital da OEPM, além dos documentos de marca, disponibiliza também o *Boletín Oficial de la Propiedad Industrial* (BOPI), que é editado periodicamente desde 1886 com informação sobre as solicitações e concessões em matéria de marcas e patentes.

Foi a partir do BOPI que extraímos os termos (marcas específicas) para realizar as buscas no sistema. A escolha nos boletins restringiu-se a um registro do número 1 (um) do ano de 1886 (termo: *El trabajo*) e um registro (termo: *Cosmos*) do número 489 (quatrocentos e oitenta e nove), do ano de 1907 (último ano que tem registro na base de dados).

Iniciamos a busca com o primeiro registro do ano de 1886, especificamente utilizando a denominação *El trabajo* no formulário de busca, que contém as seguintes opções de pesquisa: data de solicitação, número da marca, proprietário, denominação breve e artigo. Posteriormente, realizamos a busca com a palavra *Cosmos*.

Os termos escolhidos para a pesquisa no site da Fundação Joaquim Nabuco foram extraídos do artigo de Venâncio (2011). Seleccionamos uma denominação de rótulo específica: Cigarros a Gonçalves Dias e realizamos uma busca simples com esse nome de marca e outra utilizando o conector booleano AND.

Posteriormente, fizemos a análise comparativa dos elementos identificados nos dois sistemas, baseando-nos nos critérios estabelecidos para tal análise.

Base de Marcas do Arquivo Histórico da Oficina Espanhola de Patentes e Marcas

Os fundos documentais históricos da Oficina Espanhola de Patentes e Marcas (OEPM) são constituídos fundamentalmente por duas coleções: a de invenções e a de signos distintivos. A coleção mais

importante dentro de signos distintivos é a formada por marcas de fábrica, comércio e indústria. A base de marcas está sendo construída por professores, profissionais e estudantes da Universidade Autônoma de Madrid. Até o momento, é composta por 18.346 registros, compreendendo o período de 18 de novembro de 1865 a 27 de fevereiro de 1907.

No resultado da busca pela marca *El Trabajo*, foram recuperados cinco documentos, demonstrando as opções para cada um: Marca, D. Breve (descrição breve), Proprietário, Solicitação, Imagem, da seguinte forma (figura 38):

http://historico.oepm.es/...
 Archivo Histórico - OEPM
 Inicio

BASES DE DATOS HISTÓRICAS

- Privilegios (1828-1878)
- Patentes (1878-1940)
- Patentes (1940-1966)
- Marcas (1885-1907)

SERVICIOS

- BOPI Histórico (1886-1965)
- Geoposicionamiento
- Legislación Histórica
- Contacto con el Archivo

INFORMACIÓN DEL ARCHIVO

- Convenio OEPM-UAM
- El archivo de la OEPM
- Equipos de Investigación
- Bibliografía Básica

ENLACES DE INTERÉS

- Museo Virtual
- WEB de la OEPM

Base de datos de solicitudes de marcas (1885-1907)

Volver al formulario de búsqueda

Marca	B. Breve	Propietario	Publicidad	Imagen
821	El Trabajo	Bidaure Alad, Antonio	16/08/1880	
1291	El Trabajo es la recompensa de los pueblos	Sard Rosal, Andrés de	11/11/1882	
1274	El Trabajo	Sard y Compañía	09/08/1888	
4203	Fuente del Trabajo	Maso de J. Epigot	21/01/1892	
18200	El Trabajo	Ferrero y Compañía, Sociedad en Comandita	02/08/1903	

Figura 38 - Resultado da busca a partir da marca - El trabajo
 Fonte: Arquivo Histórico Digital da OEPM

Portanto, os resultados foram: *El Trabajo*, *El Trabajo es La Felicidad de los Pueblos*, *El Trabajo, Fruto del Trabajo* e *El trabajo* novamente⁶⁰. Ao clicarmos em Marca, D. Breve, Proprietário ou Solicitud, visualizamos os detalhes da marca, ou seja, informações sobre os registros, constituídas pelos seguintes campos (Figura 39):

Número de Marca	1774
Denominación Breve	El Trabajo
Fecha Solicitud	09/08/1886
Fecha Concesión	26/10/1886
Fecha de publicación Concesión	
Caducidad	4
Fecha Caducidad	17/10/1907
Cesiones	No
Propietario	Sard y Compañía
Lugar de residencia	Barcelona
Provincia de residencia	Barcelona
País de residencia	ESPAÑA
Profesión	Dirección de partidos políticos, sindicatos, organizaciones

Figura 39 – Detalhes sobre uma das marcas *El Trabajo*, de 1886.

Observamos que o resultado não apresenta a descrição técnica da marca, mas apenas informações básicas sobre o registro. Salientamos que no BOPI de 1886, que serviu como fonte para identificarmos marcas a fim de realizarmos a busca, consta a

⁶⁰ A repetição de *El trabajo* mais de uma vez se dá porque há a referida marca para mais de um proprietário em épocas diferentes.

descrição técnica da marca, elemento essencial para quem busca esse tipo de informação.

Além disso, quando clicamos em imagem, só consta a figura/emblema, e não o documento de marca completo (todas as páginas). Interessante frisar que traz um campo chamado *caducidad* (referente à expiração da marca) e que os campos referentes a lugar (endereço), referem-se apenas à cidade e país, não especificamente ao nome da rua e bairro.

Outra busca feita com a denominação *Cosmos*, retirada do BOPI nº 489, de 1907, obteve como resultado de busca quatro registros: Cosmos fotográfico, Cosmos Metal, Cosmos e Parches Cosmos, recuperando informações referentes aos mesmos elementos descritivos. Salientamos que no formulário de pesquisa padrão, não há instrumentos ou ferramentas de organização da informação/conhecimento, como tesouros ou ontologias para auxiliar no processo de pesquisa.

Outro serviço apresentado pelo site é a possibilidade de pesquisa utilizando o Google Maps⁶¹, que permite uma localização geográfica das marcas registradas entre 1866 e 1905. Os filtros são por país, motivo ou descrição da marca, datas de solicitação e Classificação de Nice (Classificação Internacional de

⁶¹ <http://historico.oepm.es/archivohistoricow3c/index.asp?idm=es>

Produtos e Serviços)⁶², que esta não está disponível para a busca no formulário padrão de pesquisa. Neste sistema de informação geográfica sobre propriedade industrial é possível também pesquisar solicitantes de patentes.

Observamos que o sistema se limita a descrever informações de cunho comercial, não oferece informações que transponham tais aspectos. Por ser um sistema de marcas registradas históricas, interessante seria, pelo menos, um campo notas para colocar observações de caráter histórico relevantes sobre as marcas. Vale salientar que o campo notas não atenderia questões relacionadas à representação do conteúdo semântico dos elementos textuais e imagéticos, porém já apresentaria, por exemplo, alguma informação histórica, uma curiosidade sobre o proprietário, o motivo para que a marca foi elaborada, dentre outros.

⁶² http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/marcas/oculto/NICE/copy_of_index_html

Site da Fundação Joaquim Nabuco

O site da FUNDAJ disponibiliza a “Coleção Brito Alves”, constituída por 1.252 (mil duzentos e cinquenta e dois) rótulos de cigarros em litografia e iniciada pelo comerciante Vicente de Brito Alves, sendo continuada pelo seu filho, José de Brito Alves (1887-1963). Tal coleção foi doada pelos familiares, em 1964, ao Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, atual FUNDAJ. O acervo representa

um raro e valioso patrimônio cultural e artístico, registrando fatos históricos, usos, costumes e aspectos da vida cultural da sociedade brasileira e particularmente da pernambucana, no final do século XIX até as primeiras décadas do século XX (FUNDAÇÃO..., 2004).

A FUNDAJ disponibiliza seu acervo de rótulos através do *software* Clio-i, desenvolvido pelo Laboratório Liber⁶³, Laboratório de Tecnologia da

⁶³ Em dezembro de 2004, a Fundação Joaquim Nabuco e a Universidade Federal de Pernambuco celebraram convênio para Desenvolvimento de Ferramentas de Gerenciamento e Difusão de Acervos Documentais. O Laboratório Liber, da Universidade Federal de Pernambuco, e a Diretoria de Documentação, da Fundação Joaquim Nabuco, partilham interesses e necessidades comuns, no tocante à Gestão do Conhecimento e ao Gerenciamento Eletrônico de objetos digitais no campo das disciplinas históricas, da Arquivística e na administração do patrimônio cultural.

Informação da Universidade Federal de Pernambuco.⁶⁴ O Clío-i é um sistema de gerenciamento e difusão de acervos históricos em meio digital. O sistema utiliza o *open archives*, através de uma extensão protocolo *Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting* (OAI-PMH)⁶⁵ e está registrado oficialmente no *Open Archives Initiative* (OAI)⁶⁶ como provedor de dados e serviços (GALINDO, 2010), e também realiza a descrição dos recursos de informação utilizando metadados, baseando-se no padrão *Dublin Core (DC)*. Além dos metadados do DC, cada tipologia documental é associada a informações específicas dos objetos digitais, como resolução, duração (no caso de áudio e vídeo) e sequência de páginas (para texto e imagem) (CARDOSO JÚNIOR *et al.*, 2008, p. 90).

⁶⁴ <http://www.liber.ufpe.br/porta1/index.html>

⁶⁵ <http://www.openarchives.org/OAI/openarchivesprotocol.html>

⁶⁶ <http://www.openarchives.org/>

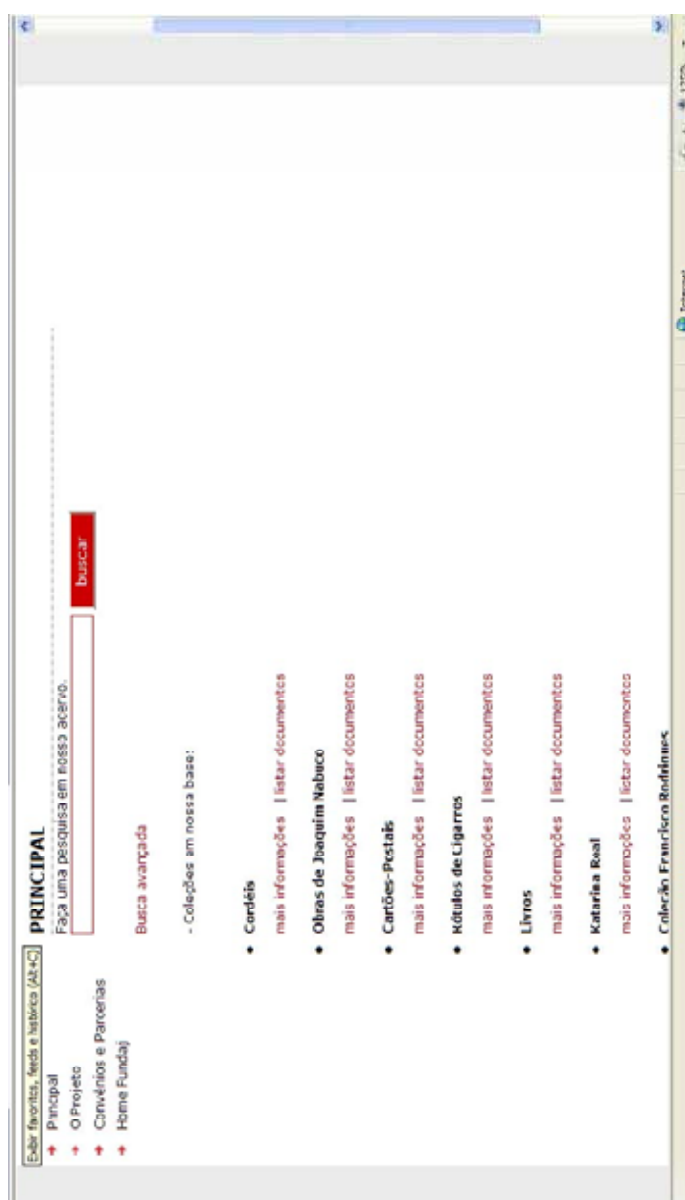


Figura 40 – Página principal para realizar a pesquisa no site da FUNDAJ

Em pesquisa realizada com a denominação da marca Cigarros a Gonçalves Dias, o resultado da busca apresentou 905 possibilidades, demonstrando documentos relacionados às palavras cigarros, Gonçalves ou Dias, e, além disso, referindo-se a várias bases históricas existentes: cartões-postais e rótulos de cigarros, porém, a maioria sendo do Fundo Documental Rótulos de Cigarros. A quantidade de registros recuperados é quase a mesma do total de rótulos constantes na Coleção Brito Alves, o que dificulta, assim, o acesso à informação almejada, pois requer-se a busca por rótulo específico em todos os resultados.

Realizamos outra busca utilizando o conector booleano AND, com a expressão *cigarros AND gonçalves*, recuperando 814 documentos, o que também demonstra baixa precisão na recuperação da informação. Quanto às informações referentes ao rótulo da marca 'Cigarros a Gonçalves Dias', os elementos descritivos utilizados para representar o documento são os seguintes:

Cigarros a Gonçalves Dias

Autor: Litografia de M. C. Mendes

Notas: Fabricante/proprietário Castro. Preparados especialmente para o depósito da Loja Ipiranga (Maceió). Rótulo de cigarro, coleção Brito Alves.

Local: [Recife, Pernambuco]

Palavras-chave: HOMEM, BUSTO, POETA BRASILEIRO

Descrição: litogravura, p&b, 6 x 13,4cm

Idioma: Português

Propriedade: Fundaj

Disponibilidade: Fundaj-Cehibra

Local Físico: BA-1000

Fundo Documental: Rótulos de Cigarros

Quando visualizamos o documento através do Clio-i, verificamos que os campos diferem um pouco, trazendo o campo resumo, contudo campos com diferentes designações ou ocultando outros, como Descrição (site) e Páginas (Clio-i) - Figura 41:



Figura 41 – Visualização do resultado da pesquisa sobre o Cigarro a Gonçalves Dias.

No caso da visualização da figura 41, no campo autor, por exemplo, não poderíamos usá-lo para inserir a empresa litográfica, mas para descrever o solicitante da marca, em relação aos registros de marcas da JUCEPE. Quanto ao resumo, está sendo usado para um tipo de informação na figura 41, onde a mesma foi colocada em notas na descrição anterior. O campo descrição está relacionado ao campo páginas na figura 41. Tais confusões conceituais comprometem a identificação de elementos que sejam favoráveis ao acervo de marcas registradas da JUCEPE.

Percebemos, então, que no Arquivo Digital da OEPM é possível pesquisar em bases separadas e por campos específicos do formulário de busca, diferentemente do site da FUNDAJ. Entretanto, os elementos descritivos que a FUNDAJ utiliza para representar os rótulos de cigarros condizem melhor com possíveis necessidades informacionais históricas dos usuários. Primeiramente, no campo descrição, é informada a técnica de impressão dos emblemas e dimensões. Além disso, o campo notas permite acesso a informações históricas sobre as marcas, como é possível verificar no exemplo citado, e o campo palavras-chave possibilita, por exemplo, localizar termos de figuras presentes na imagem (Ex: homem), mas que ainda não está relacionado à informação

semântica (significado). O sistema da OEPM não contém o campo palavras-chave ou similar.

Apenas foi possível identificar na literatura de CI o padrão de metadados utilizado pelo sistema Clio-i. Sobre o sistema da OEPM não identificamos, até o momento, informações sobre tal aspecto. Quanto a possibilidades de busca, identificamos que a FUNDAJ não utiliza nenhum tipo de vocabulário controlado, tesouros ou ontologias como ferramentas para auxiliar o processo de busca. O da OEPM também não oferece tais instrumentos. Apenas o sistema do Arquivo Histórico da OEPM, no serviço oferecido de busca através do *Google Maps*, traz a opção de busca utilizando a Classificação de Nice, conforme já observamos, mas esta não está disponível no formulário padrão de busca para o usuário pesquisar uma marca pela denominação.

Verificamos também que nos dois sistemas analisados, não há elementos que demonstrem a interpretação da figura imagética. Os “Cigarros a Gonçalves Dias”, por exemplo, representavam a difusão da literatura no país na época, mas isso não é expresso em nenhum campo. Além disso, não utilizam SOCs para facilitar a busca do usuário e permitir melhor precisão na recuperação da informação imagética.

6.2 Sugestões

Inicialmente verificamos, diante do que foi observado nas seções anteriores, que somente a partir da disponibilização do documento original de marca registrada da JUCEPE é que o usuário poderá visualizar informações além daquelas de cunho legislativo ou comercial, que consideramos como ricos indícios de caráter memorial.

Mas antes de tratarmos de questões específicas, vale questionar: será que é importante pensar formas de descrição/representação para a documentação digitalizada? Como sabemos, foi realizada a digitalização do acervo histórico de marcas registradas da JUCEPE através de convênio com a FGF. Em função de termos a oportunidade de participar da execução de tal projeto, sabemos que alguns documentos foram disponibilizados apenas temporariamente em ambiente digital, mas que foram retirados em seguida. Atualmente o estoque permanece sem um recurso adequado de recuperação em razão de não haver o tratamento informacional adequado, sendo necessário visualizar individualmente cada pasta em cada um dos DVDs, documento por documento, para encontrar um registro de marca específico.

Primeiramente, vale considerarmos se é, de fato, relevante preservar e disponibilizar ou é preferível descartar esse tipo de documentação, tendo em vista que a maioria dos registros já expirou, ou seja, a maior parte dos registros de marcas custodiados pela JUCEPE não mais vigoram. E, também, questionarmos se essa documentação (no caso os originais) deve permanecer na JUCEPE, já que sua missão como órgão administrativo não condiz com as responsabilidades de uma instituição de memória (preservação, conservação e difusão de seus acervos históricos).

Verificamos coerência nesse questionamento, tendo em vista o estado atual do acervo (com páginas arrancadas) e, principalmente, pelo fato de a JUCEPE não ser uma instituição de memória e não ter como principal missão a preservação e conservação física do acervo, bem como do montante que foi digitalizado.

Sugerimos que o acervo seja transferido para o Arquivo Público do Estado de Pernambuco, assim como foi realizado no Rio de Janeiro, cuja documentação histórica da Junta Comercial foi transferida para o Arquivo Nacional. Belloto (2006) corrobora tal afirmação quando diz que

Sendo a função primordial dos arquivos permanentes ou históricos **recolher** e tratar documentos públicos, **após o cumprimento**

das razões pelas quais foram gerados, são os referidos arquivos os responsáveis pela passagem desses documentos da condição de arsenal da administração para a de celeiro da história [...] E a teoria das três idades⁶⁷ nada mais é que a sistematização dessa passagem (BELLOTTO, 2006, p. 23, grifo nosso).

É fato que Bellotto (2006) não faz tal afirmação para dizer que os acervos sejam transferidos para outro órgão especificamente até porque ela faz referência também ao arquivo permanente ficar armazenado no órgão de origem, entretanto, Bellotto (2006) salienta que custodiar documentação histórica, “não se restringe a ‘velar’ pelo patrimônio documental. Ultrapassado totalmente o uso primário, iniciam-se os usos científico, social e cultural dos documentos.” (BELLOTTO, 2006, p. 24).

A fim de refletir sobre tal aspecto, trazemos o artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, que declara:

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo

⁶⁷ O ciclo vital dos documentos administrativos compreende três idades: arquivos correntes, intermediários e permanentes (BELLOTTO, 2006).

seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado; (BRASIL, 1988).

E, em consonância com o referido artigo, a Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991, dispõe

Art. 1º É dever do Poder Público a gestão documental e a de **proteção especial a documentos de arquivos**, como instrumento de apoio à administração, **à cultura**, ao **desenvolvimento científico** e como elementos de prova e informação.

Art. 2º Consideram-se arquivos, para os fins desta lei, os conjuntos de documentos produzidos e recebidos por órgãos públicos, instituições de caráter público e entidades privadas, em decorrência do exercício de atividades específicas, bem como por pessoa física, qualquer que seja o suporte da informação ou a natureza dos documentos (BRASIL, 1991, grifo nosso).

Ambos os instrumentos da lei são claros diante da responsabilidade que tais instituições têm de preservar e dar acesso a seus documentos para fim específico ou em benefício da coletividade. Entretanto, percebemos que a adoção de políticas de informação direcionadas a tal objetivo são deficientes e a ação do poder público neste sentido ainda são pontuais.

Apesar de o acervo ter sido digitalizado no intuito de ser preservado e disponibilizado para a

comunidade de usuários, verificamos que a distorção da imagem identificada na etapa de análise documental advém do fato da imagem estar em *.jpeg*. Para essa tipologia documental é aconselhável digitalizar em uma resolução a partir de 300dpi em formato *TIFF* para que não comprometa a leitura dos documentos em suporte digital pelos usuários.

Consideramos, portanto, necessário realizar uma nova digitalização do acervo, respeitando-se recomendações internacionais para preservação digital⁶⁸. Além disso, salientamos a necessidade de uma política de informação prévia, visto que muitas informações foram perdidas em razão do material ter sido digitalizado com as encadernações originais, quando deveria ter-se a participação de um restaurador ou encadernador no projeto para retirar as encadernações, restaurar as páginas danificadas e, apenas posteriormente, serem digitalizadas as páginas.

As assinaturas dos Secretários da Junta Comercial, por exemplo, constantes nos despachos ou petição do registro, podem contribuir para a construção do quadro de recursos humanos que exerceu as tarefas administrativas em determinado

⁶⁸ Ver Carta para a Preservação do Patrimônio Digital:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001331/133171e.pdf#page=80>

período, ou seja, revelam parte da história da Junta, demonstrada por meio das assinaturas constantes nas páginas do registro. Os dois sistemas analisados só disponibilizam a imagem (figura da marca), não o documento completo, o que implica que deveriam ter planejado melhor a organização da informação/conhecimento, a fim de disponibilizar o maior número de informações possíveis.

Importante salientar também que, pela incidência de ocorrências quanto a nomes de ruas e seus respectivos nomes anteriores, vemos como imprescindível um campo “Local”, destinado aos nomes das ruas e suas designações antigas, não apenas a cidade ou país, como verificado nos dois sistemas. Então, seria bastante proveitoso criar um campo específico para o endereço da indústria ou comércio o que viabilizaria o mapeamento geográfico, auxiliando em estudos de desenvolvimento urbano interessados nas modificações dos nomes de logradouros públicos. A maioria das figuras coladas nos documentos de marcas contém o endereço de seus proprietários, entretanto não são todas, perdendo, portanto, o sentido em disponibilizar apenas a figura da marca colada no documento, pois nem todas contemplam esse tipo de informação.

Outro campo que sugerimos é um específico para constar os valores pagos pelos registros e

pedidos de adicionais ou renovação. Esta informação consta em todas as marcas registradas da JUCEPE e pode servir para estudos sobre quantias pagas pelas firmas e, ainda, a evolução da moeda brasileira ao longo dos anos. É fato que tais dados poderiam constar em um campo de notas, mas defendemos a criação de um campo específico, pois também viabiliza identificar se havia alteração de valor de acordo com a natureza da empresa. E manter em um campo notas, a alimentação dos dados seria em linguagem natural, não possibilitando uma recuperação da informação adequada.

Além disso, diferenciar campos de: data/hora de solicitação do registro e data de despacho (dia em que foi definido o número de registro), já que o acervo é histórico, sendo interessante saber quando foram solicitados e registrados. Outro fator de importância não identificado no sistema de marcas da OEPM (já que este trata do registro de marcas espanholas) é um campo para a descrição técnica da marca. Apesar de as informações técnicas, como por exemplo, 'a marca é constituída por um paralelogramo...', ter supostamente mais valor nos dias atuais para resguardar a marca de qualquer alteração, há também valor histórico quando demonstram as tendências de cores e traços da época nas imagens que serviam para rotular um produto, representar uma empresa, ou seja

traços, cores e linhas que eram mais utilizados pelos desenhistas/impressores no período.

Além dos aspectos relevantes já mencionados, acrescentamos os elementos figurativos, refletindo sobre suas formas de representação. Como são elementos que contêm informações que agregam valor ao documento e constituídos de significado, não podem ser descritos de maneira restrita, ou seja, é relevante a utilização de uma ontologia que contemple a anotação semântica das informações imagéticas. “Os padrões de metadados como o *Dublin Core* foram construídos de modo genérico e não atendem às especificidades da representação da imagem.” (LIMA-MARQUES; MANINI; MIRANDA, 2007, p. 14). E Freitas e Torres (2005), corroboram esta afirmação, dizendo que

os sistemas baseados em metadados realizam buscas diretamente relacionadas com a informação textual ligada à imagem, não com as características inerentes a ela, como cor e forma (FREITAS; TORRES, 2005, p. 61).

Os sistemas analisados nesta seção são baseados em metadados, sem utilizar ferramentas de organização do conhecimento para refinar o processo de busca e recuperação pelos usuários. Ademais, pouco viabilizam o acesso a informações históricas contidas nos registros de marcas.

Conforme já observado, o processo de indexação/representação, a fim de tornar objetos digitais recuperáveis em um sistema de informação não é tão simples. Representar informação/conhecimento contidos em documentos de marcas históricas torna-se mais difícil em função da falta de estruturação das informações constantes no documento. Além disso, a subjetividade inerente à informação visual dos rótulos também é elemento que dificulta tal processo.

Silva e Smit (2008) levantam a necessidade de agentes inteligentes compreenderem o significado contido em partes de um documento e relacionar estas partes com as de outros documentos, defendendo uma comunicação em sistemas de informação em que associações são estabelecidas entre conhecimentos comuns em documentos diferentes ou até mesmo em sistemas diferentes. Enfatizam também a importância de uma comunicação compartilhada, em que sistemas se comuniquem entre si. Estendemos tais observações como relevantes para planejar a organização da informação/conhecimento em sistemas de recuperação de registros de marcas históricas.

Conforme foi possível identificar, a *Web Semântica* tem sido apresentada como alternativa para contribuir com uma representação de significados de páginas na Internet e as ontologias como sistemas

de organização do conhecimento em que conceitos de um domínio específico e suas relações entre si são representados, podendo tal ferramenta ser utilizada pelo usuário para refinar suas pesquisas. Mas antes de construir uma ontologia, consideramos a necessidade de construção da modelagem conceitual, que envolve “estabelecer os conceitos, os atributos dos conceitos, e os relacionamentos que existem entre os conceitos da representação da imagem” (LIMA-MARQUES; MANINI; MIRANDA, 2007, p. 5). Em nosso caso, não nos limitamos a refletir apenas sobre a imagem da marca, mas consideramos os elementos textuais também, o que será explicitado na sugestão de elementos administrativos de descrição.

A modelagem criada por Lima-Marques Manini e Miranda (2007) para descrever o conteúdo não-informacional da imagem baseou-se na classificação de metadados de Gilliland-Swetland (2000): Administrativo, Descritivo, de uso, técnico e de preservação (Figura 42) e utilizou-se do *Dublin Core*:

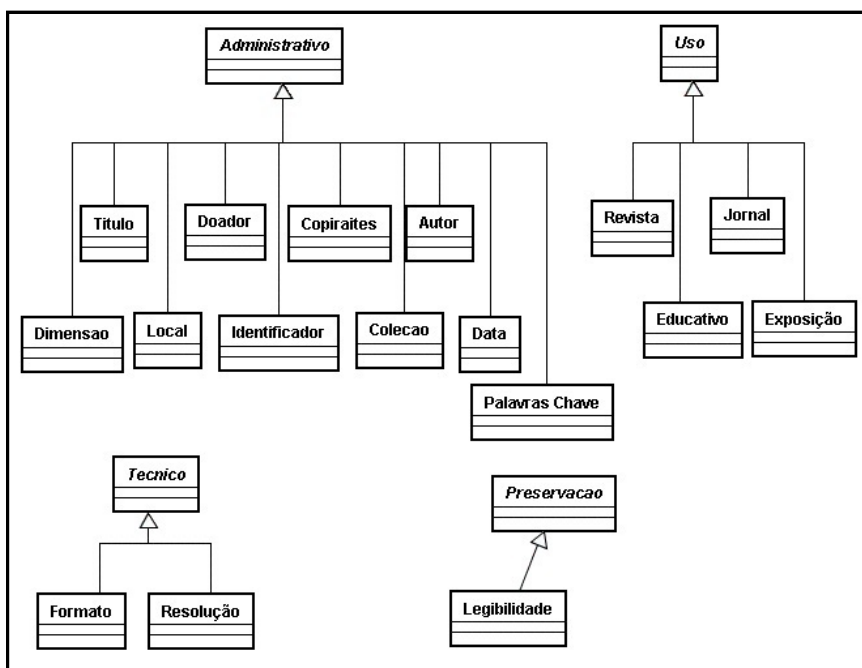


Figura 42 – Diagrama de classe do conteúdo não-informacional da imagem

Fonte: Lima-Marques; Manini; Miranda (2007)

Para o domínio de descrição de imagem, os autores identificaram os seguintes descritores relacionados com cada categoria:

Administrativo – título, doador, *copyright*, autor, dimensão, local, identificador, coleção, data e palavras-chave. A dimensão da imagem é a largura versus a altura, em centímetros. O identificador corresponde a um número ou uma URL que identifique a imagem unicamente. A coleção corresponde ao nome da coleção a que a imagem pertence. Palavras-chave consistem

numa lista de palavras que representam o conteúdo da imagem;

De Uso – educativo, exposição, jornal e revista. Educativo corresponde a informações sobre o uso da imagem para fins de ensino. Exposição consiste de informações sobre o uso da imagem em exposição, como local, data e título da exposição;

Técnico – formato e resolução. Exemplos de formato: jpeg, gif, png, etc. Resolução corresponde à resolução da imagem digital em pixels;

De Preservação – legibilidade (LIMA-MARQUES; MANINI; MIRANDA, 2007, p. 5).

Quanto à aplicação ao nosso caso específico, o que eles chamaram de categoria Administrativo envolveria os seguintes elementos de descrição: Identificador, Denominação/Razão Social, Proprietário/Fabricante, Produto/Serviço, Lugar, Data de solicitação, Hora de solicitação, Data de registro, Nº registro, Secretário/Fiscal, Valor, Descrição técnica, Notas, Língua, Renovação da marca, Palavras-chave, Relação, Data de criação. Apesar de considerarmos que são metadados descritivos, optamos por seguir a designação utilizada pelos autores.

Para **técnico**, usaríamos Formato, Extensão (para tamanho do arquivo). **De uso**, usaríamos Disponibilidade, que faz parte dos elementos de refinamento do Dublin Core, e acrescentaríamos Direitos.

No campo **Palavras-chave** seriam inseridas as informações a partir de um controle de vocabulário propiciado pela ontologia, sendo esta usada pelo indexador e, também, pelo usuário do sistema para fazer a busca na árvore de conceitos, de acordo com as áreas de conhecimento que fossem identificadas nos elementos textuais e imagéticos constantes no documento.

Conforme explicitamos na subseção 2.2.1.2 *A representação da imagem*, verificamos que para a descrição semântica levando em consideração os elementos históricos contidos no acervo digital de marcas registradas, uma ontologia de domínio de marcas registradas não seria suficiente, pois se pautaria em elementos exclusivos da área de patrimônio industrial, onde o necessário é que contenha aspectos relacionados a várias áreas do conhecimento, tornando-a independente de domínio específico, visto que tratam de diversos aspectos sócio-políticos e culturais.

Neste caso, uma alternativa seria, novamente, basearmo-nos na ontologia desenvolvida pelos pesquisadores da área de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, apresentada na figura 3. Verificamos que, até o momento, as categorias e as classes principais criadas para descrever a imagem fotográfica podem ser aplicadas à descrição de

registros de marcas históricas. É fato que testes precisariam ser feitos para comprovar.

Apesar de a ontologia ter sido modelada considerando o conteúdo sintático e semântico **da imagem**, observamos que as categorias e classes podem ser aplicadas ao conteúdo textual e imagético.

As categorias utilizadas foram Conteúdo Sintático, Conteúdo Semântico e Técnica Fotográfica, onde esta seria alterada, no nosso caso, para Técnica apenas, a fim de contemplar imagens impressas em seus tipos variados. Em conteúdo sintático, foram definidas as classes: Textura, Cor e Figura, onde seriam identificados elementos relacionados à descrição técnica da marca registrada, ou seja, traços, cores e formas.

Em conteúdo semântico, foram definidas as classes *Onde*, *Sobre*, *Quando*, *Como*, *O quê*, em que, por exemplo, na classe *Sobre*, são definidos os assuntos de que tratam as marcas históricas. Ex: Positivismo, ou seja, a representação do conteúdo não-visual, o significado da imagem. Utilizar-se das categorias e classes baseadas nos princípios de indexação de imagens: *Onde*, *Sobre*, *Quando*, *Como*, *O quê* não se restringe apenas às imagens, podendo envolver elementos textuais também.

A categoria *Técnica* seria utilizada para atender às necessidades de usuários como Lima (1998) e Agra Júnior (2011), que estudam sobre a técnica de impressão litografia, mas outras técnicas também seriam contempladas em *Técnica*.

Vemos que associar os métodos de descrição usando metadados e ontologias para as informações contidas nas marcas registradas seria essencial para propiciar a possibilidade de busca em uma árvore de conceitos definidos em uma ontologia, bem como viabilizar o máximo de elementos descritivos técnicos e de preservação propiciados pelo padrão *Dublin Core*. O DC permite a adaptação dos elementos descritivos, bem como a expansão de possibilidades de descrição.

As principais características deste padrão são a simplicidade na descrição dos recursos, entendimento semântico universal dos elementos e escopo internacional e extensível. O que permite adaptação às necessidades adicionais de descrição (MIRANDA, 2010, p. 264).

Conforme observamos na seção 3, o DC possui 15 campos básicos, mas contém também elementos de refinamento que contribuirão com a descrição mais específica das informações contidas nas marcas registradas.

Apesar de considerarmos a utilização de tais instrumentos de representação da informação e do conhecimento, sabemos que eles não resolvem totalmente os problemas de recuperação da informação em espaços digitais, mas optamos por apresentá-los como sugestão para estruturação das informações contidas em registros de marcas históricas em função da universalidade de aplicações do DC e porque

as ontologias favorecem meios de compatibilização linguística e semântica, possibilitando a interoperabilidade entre diferentes linguagens de representação e a automação de processos de organização e recuperação de informações, viabilizando métodos automáticos, ou semi-automáticos, de seleção de documentos de potencial interesse (RAMALHO, 2010, p. 107).

Apesar da relevância de tais atividades, verificamos que as implementações com ontologias ainda estão mais presentes em meio acadêmico e que os conceitos associados à *web* semântica permanecem em estudo. Além disso, predominam práticas neste sentido de maneira isolada, ou seja, profissionais da Ciência da Computação trabalhando sem contribuições de profissionais da CI, por exemplo, ou vice-versa.

Outro fator considerável a ser observado é que o desenvolvimento de metodologias voltadas à

organização do conhecimento na *web* requer união de esforços de profissionais de várias disciplinas, implicando alto custo no desenvolvimento de sistemas que planejem antecipadamente utilizar-se de SOCs para a organização informacional.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os registros de marcas da JUCEPE são produção cultural de valor significativo que ora demonstram características de um documento administrativo permanente, ora técnica/ objetividade e sensibilidade/ subjetividade de quem os produziu. Como objeto de estudo dotado de informações valiosas, precisa ser preservado, tratado e disponibilizado de maneira que viabilize seu acesso pelo contingente de usuários que os procuram.

Inicialmente, podemos afirmar que empreender esforços no sentido de preservar bens custodiados por instituições de memória, públicas ou privadas, é papel imprescindível para a preservação da memória coletiva. Como também, proporcionar o fluxo/uso desses estoques de conhecimento é dever patrimonial de instituições arquivísticas ou órgãos públicos e privados que mantêm acervos de relevância histórica, sócio-política, econômica e cultural de Pernambuco e do país.

Diante dos aspectos considerados no presente estudo, afirmamos ser relevante a valorização de tal acervo como patrimônio documental pelos poderes públicos e que esses possam viabilizar formas de

acesso a tal tipologia documental para o público em geral e pesquisadores em particular.

A JUCEPE, detentora de patrimônio documental rico de informações relacionadas à evolução comercial e industrial do Estado de Pernambuco, mesmo não sendo considerada instituição de memória, detém patrimônio documental (mais especificamente o seu arquivo permanente), que, além da sua característica de conhecimento registrado, adquiriu caráter histórico que representa um período de serviços prestados à população pela instituição e, principalmente, a memória comercial e industrial do Estado de Pernambuco.

Pesquisas acadêmicas sobre esta coleção constante na JUCEPE, especificamente a que se refere aos registros de marcas, confirmam a relevância dos documentos custodiados pela instituição. Além da JUCEPE, outras Juntas Comerciais foram instaladas no país e devem conter acervos similares, como também, outras instituições, como por exemplo, a FUNDAJ, são apresentadas como mantenedoras de rótulos de produtos de indústria e comércio, tais como as que foram citadas na subseção 5.4 Usuários de registros de marcas históricas.

A fim de atender a tais usuários, salientamos a necessidade de uma representação temática e descritiva do conhecimento contido nos registros de

marca, considerando elementos relacionados não apenas à sua estrutura (descrição física), mas ao conteúdo semântico intrínseco, ou seja, os elementos de significado e relevância histórica presentes na parte textual e imagética.

O ato de representar implica em reduzir de certa forma aquilo que estamos apresentando. Entretanto, é ação necessária, principalmente no planejamento de sistemas de informação digitais. No caso específico da documentação analisada, vemos como imprescindível representar não apenas elementos presentes no texto escrito, mas principalmente as figuras coladas nos documentos. E, além disso, salientamos que descrever fisicamente a informação imagética, como técnica utilizada para impressão, textura, forma e cor não são suficientes, tornando-se necessária a representação do conteúdo semântico da imagem, pois ela implica diversas interpretações.

Hunt (2001, p. 25) explica sobre as representações sociais, afirmando que “todas as práticas, sejam elas econômicas ou culturais, dependem das representações utilizadas pelos indivíduos para darem sentido ao seu mundo.” Muitas dessas práticas, tais como ideais políticos, visão literária, etc., foram registradas pelos documentos de marcas históricos da JUCEPE, que carecem de outro

tipo de representação, a semântico-informacional, para que seus conteúdos sejam assimilados pelos usuários. Ou seja, essa representação deve considerar elementos de descrição técnica, mas também, levar em conta a capacidade de cognição humana.

A imagem contida no documento de marca é objeto de análise fundamentalmente subjetiva, o que dificulta a sua indexação por parte dos profissionais da informação. Surge-nos uma pergunta sobre a dificuldade de descrever imagens: o fato de elas já serem uma representação das representações sociais, ou seja, o fato de serem uma representação visual de fragmentos de costumes e práticas da sociedade em determinado tempo, seria um elemento dificultador para a representação da informação imagética, ou seja, sua indexação?

Nesta perspectiva, afirmamos que não só a falta de constância na estruturação das informações no documento textual prejudica a indexação do documento de marca registrada histórica, mas também, a subjetividade e possibilidades de interpretação inerentes às imagens coladas no documento.

Para auxiliar o processo de indexação de conteúdos visuais, vemos que a prática interdisciplinar presente nas ciências é fundamental. É necessário que os profissionais da informação atuem juntamente com

especialistas de áreas como Design, Comunicação e História, onde cada um desses poderá contribuir para interpretar o significado dos documentos textuais e imagéticos em seus aspectos específicos.

De forma geral, o designer pode contribuir quanto aos aspectos gráficos e técnicas de impressão específicas; o profissional de comunicação, identificar o que a linguagem visual viabiliza e como contribui em estudos de recepção, contribuindo em qual a melhor forma de disponibilizar as informações a fim de que sejam assimiladas pelos usuários do sistema de informação; o historiador pode agregar informações sócio-políticas e culturais, auxiliando no processo de interpretação das imagens visuais e dos documentos textuais.

Verificamos também que ações interdisciplinares podem auxiliar na identificação das necessidades potenciais dos usuários, a fim de adequar a representação para fins de recuperação, fundamentando-se em comunidades de usuários específicas, ou seja, domínios do conhecimento específicos.

Além disso, buscar em outras ciências, como Ciência da Computação, Linguística e Ciências ligadas à cognição, metodologias desenvolvidas para a organização do conhecimento e analisá-las criticamente para aplicá-las ao ambiente digital pode

contribuir como subsídio teórico que auxiliará a desenvolver projetos práticos de fluxo de informação histórica contida nos registros de marcas da JUCEPE, conforme as necessidades dos usuários e de forma que evite ambiguidades e polissemias frequentes que prejudicam a recuperação da informação em meio digital. Desta forma, irá corroborar o caráter interdisciplinar da Ciência da Informação, demonstrando de forma prática seu papel de interagir com outras ciências.

Em particular, pesquisas nesse sentido trazem reflexões adicionais para a área de Ciência da Informação e para o Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco que, mesmo em fase inicial, propõe-se a discutir temáticas ainda não totalmente sedimentadas, estimulando novas pesquisas sobre a temática.

Além disso, incentiva a continuidade de pesquisas sobre marcas registradas históricas, seus elementos constitutivos, um aprofundamento da História do país e mundial, quais ferramentas atuais utilizadas para categorizar a tipologia documental e se são adequadas para atender a riqueza informacional dos rótulos destacados na presente pesquisa, dentre outros aspectos possíveis de serem aprofundados.

Neste sentido, estudos futuros sobre representação e organização do conteúdo de marcas

registradas não apenas técnico, mas dos elementos de sentido e suas relações, tonam-se necessários com investimentos públicos e privados, a fim de contribuir para a Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação no país.

Salientamos, mais uma vez, que o desenvolvimento de metodologias nesse sentido poderá ser enriquecido por uma equipe interdisciplinar, levando em consideração o conhecimento agregado nos documentos de marca. As teorias do conceito e da terminologia, associadas a técnicas de construção de mapas conceituais, bem como práticas computacionais de descrição física e de preservação digital (metadados) e de organização do conhecimento (ontologias), são necessárias, a fim de minimizar os problemas ainda existentes de recuperação da informação em ambientes digitais.

REFERÊNCIAS

ABAD, Gisela; NIEMEYER, Lucy. Maçons e positivistas em marcas pernambucanas. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 5., 2009, Bauru, SP. **Anais...** Bauru, SP: [s.n], 2009.

AGRA JÚNIOR, Jarbas. **Memória gráfica pernambucana**: indústria e comércio através dos impressos litográficos comerciais recifenses [1930-1965]. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Design, Universidade Federal de Pernambuco, 2011. Recife: UFPE, 2011.

ALVARENGA, Lídia. Representação do conhecimento na perspectiva da Ciência da Informação em tempo e espaço digitais. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, v. 8, n. 15, p. 18-40, 2003.

AZEVEDO, M. H.; MOURA FILHA, M. B. A fotografia como documento da história das cidades. In: SEMINÁRIO NACIONAL FONTES DOCUMENTAIS E PESQUISA HISTÓRICA: DIÁLOGOS INTERDISCIPLINARES, 1., 2009, Campina Grande. **Anais...** Campina Grande, PB: UFCG, 2009.

BARACHO, Renata Abrantes; CENDON, Beatriz Valadares; ALVARENGA, Lídia. Metadados textuais e visuais para recuperação de informação em imagens. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...**

Rio de Janeiro: UniRio, 2010. Disponível em:
<<http://congresso.ibict.br/index.php/enancib/xienancib/paper/view/523/108>>. Acesso em: nov. 2010.

BELLOTTTO, Heloísa Liberalli. **Arquivos permanentes: tratamento documental**. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 318p.

BENTO DE FARIA, Antonio. **Das marcas de fabrica e de commercio e do nome commercial**. Rio de Janeiro: J. Ribeiro dos Santos, 1906. 458p. Disponível em:
<<http://www.oab.org.br/editora/revista/users/revista/1205508813174218181901.pdf>>. Acesso em: mar. 2011.

BERNERS-LEE, Tim; HENDLER, James; LASSILA, Ora. The Semantic Web: a new form of web content that is meaningful to computers will unleash a revolution of new possibilities. **Scientific American**, maio 2001.

BORBA, Vildeane da Rocha. **Modelo orientador para construção de estratégias de preservação digital: estudo de caso do Banco de Teses e Dissertações da UFPE**. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009.

BRÄSCHER, Marisa; CAFÉ, Lígia. Organização da informação ou organização do conhecimento? In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2008.

BRÄSCHER, Marisa; CARLAN, Eliana. Sistemas de organização do conhecimento: antigas e novas linguagens. In: ROBREDO, Jaime; BRÄSCHER, Marisa (Orgs.). **Passeios no bosque da informação: estudos sobre representação e organização da informação e do conhecimento** – EROIC. Brasília, DF: IBICT, 2010. 335 p. Cap. 8. p. 147-176.

BRASIL. **Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991.**

Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 9 de janeiro de 1991. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8159.htm>. Acesso em: fev. 2011.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.**

Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 de maio de 1996. Disponível em: <

<http://www010.dataprev.gov.br/sislex/paginas/42/1996/9279.htm>>. Acesso em: fev. 2011.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil.

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF, 1988. Disponível em: <

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: fev. 2011.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Instituto Nacional de**

Propriedade Industrial. [200-?]. Disponível em: <
<http://www.inpi.gov.br/principal?navegador=IE&largura=1366&altura=768>>. Acesso em: jan. 2011.

BREITMAN, Karin Koogan. **Web semântica**: a internet do futuro. Rio de Janeiro: LTC, 2005. 190p.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v.45, n.5, p.351-360, 1991.

CAFÉ, Lígia Maria Arruda; SALES, Rodrigo de. Organização da informação: conceitos básicos e breve fundamentação teórica. In: ROBREDO, Jaime; BRÄSCHER, Marisa (Orgs.). **Passeios no bosque da informação**: estudos sobre representação e organização da informação e do conhecimento – EROIC. Brasília, DF: IBICT, 2010. 335 p. Cap. 6. p. 115-129. Edição eletrônica. Disponível em: <<http://www.ibict.br/publicacoes/eroic.pdf>>. Acesso em: fev. 2011.

CAMARGO, Andréa Barbosa. **O mito feminino em rótulos de cachaça**: uso da sedução como estratégia publicitária. 2007. 102f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.

CAMARGO, Raquel. **Google investe em web semântica**. [2010?]. Disponível em: <<http://raquelcamargo.com/blog/2010/07/google-investe-em-web-semantica/>>. Acesso em: ago. 2010.

CAMPOS, Maria Luiza Machado; CAMPOS, Maria Luiza de Almeida; CAMPOS, Linair Almeida. Web semântica e a gestão de conteúdos informacionais. In: MARCONDES, Carlos Henrique et al. (Orgs.).

Bibliotecas Digitais: saberes e práticas. Salvador, BA: EDUFBA, 2006. 336 p. Cap. 1. p. 55-74.

CAMPOS, Maria Luiza de Almeida; MARCONDES, Carlos Henrique. Ontologia e web semântica: o espaço da pesquisa em Ciência da Informação. **Ponto de Acesso**, Salvador, v. 2, n. 1, p. 107-136, jun./jul. 2008. Disponível em: <www.pontodeacesso.ici.ufba.br>. Acesso em: set. 2010.

CANTARELLI, Margarida. Apresentação. In: CAVALCANTI, Carlos Bezerra; CAVALCANTI, Vanildo Bezerra. **O Recife e suas ruas:** se essas ruas fossem minhas. Recife: IAHGP, 2010. p. 9.

CARBONERA, Joel Luis et al. Uma arquitetura para raciocínio sobre conhecimento visual. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM ONTOLOGIA NO BRASIL, 3., 2010, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Editora EGC, 2010.

CARDOSO JÚNIOR, Marcos et al. Gerenciamento e interoperabilidade entre bibliotecas digitais. In: OLIVEIRA, M. C. G.; SALCEDO, D. A.; OTERO, M. M. D. F. (Orgs.). **Construção, práticas e identidades da Ciência da Informação.** Recife: NECTAR, 2008. p. 79-100.

CARLAN, Eliana. **Ontologia e web semântica.** 2006. 60 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Documentação e Informação, Departamento de

Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2006.

CAVALCANTI, Carlos Bezerra; CAVALCANTI, Vanildo Bezerra. **O Recife e suas ruas**: se essas ruas fossem minhas. Recife: IAHP, 2010. 420p.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia R. **Dicionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2008. 451p.

CURRÁS, Emilia. **Ontologias, taxonomia e tesouros em teoria de sistemas e sistemática**. Brasília, DF: Thesaurus, 2010. 182p.

DZIEKANIAK, Gisele Vasconcelos, KIRINUS, Josiane Boeira. Web Semântica. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, v. 9, n. 18, p. 20-39, 2004. Disponível em:

<<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/155/5471>>. Acesso em: 14 ago. 2010.

ESTORNIOLO FILHO, José. **A representação da imagem**: indexação por conceito e por conteúdo. 2004. 90 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

ESPANHA. Ministério de Indústria, Turismo e Comércio. Oficina Espanhola de Patentes e Marcas. Arquivo Histórico. Base de dados de solicitação de marcas: 1865-1907. Disponível em: <

<http://historico.oepm.es/archivohistoricow3c/index.asp?idm=es>>. Acesso em: maio 2011.

FEITOSA, Ailton. **Organização da informação na web**: das tags à web semântica. Brasília: Thesaurus, 2006. 131 p. (Estudos Avançados em Ciência da Informação; v. 2).

FERNEDA, Edberto. **Recuperação de informação**: análise sobre a contribuição da Ciência da Computação para a Ciência da Informação. 2003. 137 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

FOULONNEAU, Muriel; RILEY, Jenn. **Metadata for digital resources**: implementation, systems, design and interoperability. Oxford: Chandos Publishing, 2008. 203p.

FREITAS, Ricardo B.; TORRES, Ricardo da S. OntoSAIA: um ambiente baseado em ontologias para recuperação e anotação semi-automática de imagens. In: Workshop em Bibliotecas Digitais, 1., 2005, [S. l.]. **Anais...** [S. l.: s. n.], 2005.

FREYRE, Gilberto. **Ordem e progresso**. 6. ed. rev. São Paulo: Global, 2004. 1114p.

FUNDAÇÃO GILBERTO FREYRE. **Memorial da Junta Comercial do Estado de Pernambuco**: projeto cultural n° FGF/CGP/004/2003. Recife: FGF, 2003.

FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO. Núcleo de Digitalização. **Rótulos de cigarros**. Recife: FUNDAJ,

2004. Disponível em:
<<http://digitalizacao.fundaj.gov.br/fundaj/>>. Acesso em: jan. 2011.

GALINDO, Marcos. Tecnologia e memória. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, n. 50, p. 179-190, set./mar. 2010.

GILLILAND-SWETLAND, Anne J. **Introduction to metadata**: setting the stage. 2000. Disponível em:
<<http://www.slis.kent.edu/~mzensg/metadata/Gilland.pdf>>. Acesso em: jan. 2011.

GRUBER, T. R. **Toward principles for the design of ontologies used for knowledge sharing**. Stanford: Knowledge Systems Laboratory. Stanford University, 1993. Disponível em:
<<http://citeseer.ist.psu.edu/gruber93toward.html>>. Acesso em: set. 2010.

HISTÓRIA em rótulos de cigarros: a litogravura no antigo Recife. Recife: IJNPS, 1965. 41p.

HOLLINK, Laura et al. **Semantic annotation of image collections**. Disponível em:
<<http://www.cs.vu.nl/~guus/papers/Hollink03b.pdf>>. Acesso em: fev. 2011.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HUNT, Lynn Avery. **A nova história cultural**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa.

Informações tecnológicas e para negócios no Brasil: conceitos e terminologias. Campinas: Alínea, 2002. 134p.

JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa; MONTALLI, Katia Maria Lemos. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceitual. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 1, jan. 1999.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO.
Manual do usuário. Recife: CEPE, [199-?]. 133p.

KENNEY, Anne R.; RIEGER, Oya Y.; ENTLICH, Richard.
Llevando la teoría a la práctica: tutorial de digitalización de imágenes. Disponível em:
<<http://www.library.cornell.edu/preservation/tutorial-spanish/contents.html>>. Acesso em: set. 2010.

LANCASTER, F. W. A indexação e a internet. In: _____.
Indexação e resumos: teoria e prática. 2. ed. rev. atual. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2004. Cap. 16. p. 339-357.

LANCASTER, F. W. Bases de dados de imagens e sons. In: _____.
Indexação e resumos: teoria e prática. 2. ed. rev. atual. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2004. Cap. 13. p. 214-248.

LE GOFF, Jacques. Memória. In: **História e memória:** escrita e literatura. Campinas: Ed. Unicamp, 1994. p. 423-483.

LIBRELOTTO, Giovani Rubert; RAMALHO, José Carlos; HENRIQUES, Pedro Rangel. **Representação do conhecimento na Semantic Web**. [S. l.: s. n.], [200-]. 51p.

LIMA, Edna Lucia Oliveira da Cunha. **Cinco décadas de litografia comercial no Recife**: por uma história das marcas de cigarros registradas em Pernambuco, 1875-1924. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Arte & Design, PUC-Rio, 1998.

LIMA-MARQUES, Mamede. **Ontologias**: da filosofia à representação do conhecimento. Brasília, DF: Thesaurus, 2006. (Ciência da Informação e da Comunicação, v. 1). 72p.

LIMA-MARQUES, Mamede; MANINI, Miriam Paula; MIRANDA, Alex Santos Sandro. Ontologias: indexação e recuperação de fotografias baseadas na técnica fotográfica e no conteúdo da imagem. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador, BA: UFBA, 2007. Disponível em: <<http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/GT2--151.pdf>>. Acesso em: jun. 2009.

LOPES, Walter de Mattos; GUIMARÃES, Carlos Gabriel. **A “Real Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação do Estado do Brasil e seus domínios ultramarinos”**: os “homens de Negócios” na edificação do Estado Luso-Brasileiro, 1808-1822. In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA, 12., 2006, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Arquivo Público do Estado do Rio de Janeiro, 2006.

LOURENÇO, Cíntia Azevedo. Metadados: o grande desafio da organização da informação na web.

Informação e Sociedade, João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 71-80, jan./abr. 2007.

MAIMONE, Giovana Deliberali; TÁLAMO, Maria de Fátima Moreira. Metodologias de representação da informação imagética. Transinformação, Campinas, v. 21, n. 3, p. 181-196, set./dez. 2009.

MALHEIRO, Armando. **A informação**: da compreensão do fenômeno e construção do objecto científico. Porto: Edições Afrontamentos, 2006.

MALHEIRO, Armando; RIBEIRO, Fernanda. **Paradigmas, serviços e mediações em Ciência da Informação**. Recife: Néctar, 2011. 216p.

MARCONDES, Carlos Henrique. Metadados: descrição e recuperação de informações na Web. In: MARCONDES, Carlos Henrique et al. (Orgs.). **Bibliotecas Digitais**: saberes e práticas. Salvador, BA: EDUFBA, 2006. 336 p. Cap. 2. p. 95-111.

MARCONDES, Carlos Henrique et al. Um modelo para o conhecimento médico em artigos científicos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9., São Paulo. **Anais...** São Paulo: [s. n.], 2008.

MARINANGELO, Rafael; CARNEIRO, Tânia Aoki. Origens históricas do branding. **Foco na marca**. [S.l.: s. n.], [200-?]. 8p.

MIRANDA, Alex Sandro Santos de. **Ontologias: indexação e recuperação de fotografias baseadas na técnica fotográfica e no conteúdo da imagem**. 2007. 132 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2007. Disponível em: <http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2712>. Acesso em: 02 ago. 2009.

MIRANDA, Májory Karoline Fernandes de Oliveira. **O acesso à informação no paradigma pós-custodial: da aplicação da intencionalidade para a *findability***. 2010. 353 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2010.

MUDA, Zurina. Ontological Description of Image Content Using Regions Relationships. In: ESWC Ph.D. SYMPOSIUM, 2008, Tenerife, Espanha. **Anais...** [S. l.]: MIT, 2008.

MUNIZ, Leony. Biografia de Firmino Candido de Figueiredo. 2011. Trabalho inédito.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de direito comercial e de empresa**. 8. ed. [S. l.]: Saraiva, 2011.

NEWTON, David. Historical trademarks: a resource for business research. **World Patent Information**, v. 32, p. 275-276, 2010.

NUNES, João Paulo Avelãs. Inventores, registros de patentes e de marcas e arqueologia industrial: um

exemplo concreto. **Revista Portuguesa de História**, v. 29, p. 181-212, 1994.

O'DONOGHUE, Seán I. Reflect: A practical approach to web semantics. **Web Semantics: Science, Services and Agents on the World Wide Web**, [S. l.], v. 8, p. 182-189, 2010.

OLIVEIRA, Luciano Amaral. **Manual de semântica**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 183p.

PASCHOAL, Carolina Hungria. Propriedade intelectual: marcas. Disponível em: <
http://www.veirano.com.br/html/conteudo_artigos.cgi?ARTIGO=3>. Acesso em: jun. 2011.

PAVEZI, Neiva. **Arquivo fotográfico**: uma faceta do patrimônio cultural da UFSM. 2010. 227 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências Sociais e Humanas. Programa de Pós-Graduação Profissionalizante em Patrimônio Cultural. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2010.

PEREIRA, Marco Antônio Marcondes. A elaboração do conceito de marca. **Thesis**, São Paulo, v. 9, n. 5, p. 1-16, 2008.

PERNAMBUCO. **Junta Commercial do Recife**. Recife, 1899. Livro digital de registro de marcas, pasta SG-RC-4V8 – imagem 069.

PERNAMBUCO. **Junta Commercial do Recife**. Recife, 1909. Livro digital de registro de marcas, pasta SG-RC-4V16 – imagem 084.

PERNAMBUCO. **Junta Commercial do Recife**. Recife, 1914. Livro digital de registro de marcas, pasta SG-RC-4V21 – imagem 018.

PERNAMBUCO. **Junta Commercial do Recife**. Recife, 1920-1922. Livro digital de registro de marcas, pasta SG-RC-4V26.

PERNAMBUCO. Secretaria de Desenvolvimento Econômico. Junta Comercial do Estado de Pernambuco. **Acervo digital de marcas registradas**. Recife: JUCEPE, 1886-1933. 29v. 5 DVDs.

PERNAMBUCO. Secretaria de Desenvolvimento Econômico. **Junta Comercial do Estado de Pernambuco**. Recife, [200?]. Disponível em: < <http://www.jucepe.pe.gov.br/>>. Acesso em: fev. 2011.

PICKLER, Maria Elisa Valentim. Web Semântica: ontologias como ferramentas de representação do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 65-83, jan./abr. 2007.

PINHO, Fábio Assis. **Fundamentos da organização e representação do conhecimento**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2009. 156p.

_____. **Organização e representação do conhecimento engajadas**. Olinda, PE: Livro Rápido, 2010. 57p.

PINHO, José Benedito. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus, 1996. 143p.

PINTO, Estevão. **A Associação Comercial de Pernambuco**: livro comemorativo do seu primeiro centenário (1839-1939). ed. fac-similar. Recife: Oficinas Graphicas do Jornal do Commercio, 1940.

RAMALHO, Rogério Aparecido Sá. **Desenvolvimento e utilização de ontologias em Bibliotecas Digitais**: uma proposta de aplicação. 2010. 145 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) - Campus de Marília, São Paulo, 2010.

RAMALHO, Rogério Aparecido Sá. **Ontologias**: uma nova abordagem para a gestão de recursos informacionais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2007.

_____. **Web Semântica**: aspectos interdisciplinares da gestão de recursos informacionais no âmbito da Ciência da Informação. 2006. 120 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Campus de Marília, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), São Paulo, 2006.

RAMALHO, Rogério aparecido Sá; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio; FUGITA, Mariângela Spotti Lopes. Web semântica: uma investigação sob o olhar da Ciência da Informação. **DataGramaZero**:

Revista de Ciência da Informação, v. 8, n. 6, dez. 2007.

REZENDE, Livia Lazzaro. **Do projeto gráfico e ideológico:** a impressão da nacionalidade em rótulos oitocentistas brasileiros. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Artes & Design. Programa de Pós-Graduação em Design; Rio de Janeiro: PUC, 2003.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social:** métodos e técnicas. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2009. 334p.

RIOS, Jocelma A. **Ontologias:** alternativa para a representação do conhecimento explícito organizacional. In: CIFORM, 6., 2005, Salvador. **Anais...** Salvador, BA: UFBA, 2005. Disponível em: <http://www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/JocelmaRiosOntologias.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2009.

ROBREDO, Jaime. Ciência da informação e web semântica: linhas convergentes ou linhas paralelas? In: ROBREDO, Jaime; BRÄSCHER, Marisa (Orgs.). **Passeios pelo bosque da informação:** estudos sobre representação e organização da informação e do conhecimento – EROIC. Brasília, DF: IBICT, 2010. Cap. 1, p. 12-47. Edição eletrônica. (Edição comemorativa dos 10 anos do Grupo de Pesquisa EROIC). Disponível em: <<http://www.ibict.br/publicacoes/eroic.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2010.

ROCHA, Rafael Port da. Metadados, web semântica, categorização automática: combinando esforços humanos e computacionais para a descoberta e uso

dos recursos da web. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 109-121, jan./jun. 2004.

RODRIGUES, André Abreu; MOREIRA, Manoel Palhares. Folksonomia: análise da etiquetagem de imagens no Flickr. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UniRio, 2010.

RODRÍGUEZ, Eva Méndez. **Metadatos y recuperación de información**: estándares, problemas y aplicabilidade em bibliotecas digitales. Gijón: Trea, 2002. 429p.

SALES, Luana Farias; CAMPOS, Maria Luiza de Almeida; GOMES, Hagar Espanha. Ontologias de domínio: um estudo das relações conceituais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 62-76, maio/ago. 2008.

SALES, Rodrigo de; CAFÉ, Lígia Maria Arruda. Semelhanças e diferenças entre tesauros e ontologias. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, [S. l.], v. 9, n. 4, ago. 2008. Disponível em: < http://www.datagramazero.org.br/ago08/Art_02.htm >. Acesso em: 18 ago. 2009.

SANTINI, Rose Marie; SOUZA, Rosali Fernandez de. Classificação colaborativa de conteúdos não-textuais na internet: as novas formas de mediação e organização da informação da música através da folksonomia. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 11., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UniRio, 2010.

SAYÃO, Luís Fernando. **Metadados para preservação digital**: aplicação do modelo OAIS. 2007. Disponível em: <
<http://www.documentoseletronicos.arquivonacional.gov.br/Media/publicacoes/ctdemetadadospreservacaodigitalsayao.pdf>>. Acesso em: fev. 2011.

SAYÃO, Luís Fernando. Uma outra face dos metadados: informações para a gestão da preservação digital. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, v.15, n. 30, p.1-31, 2010.

SCHREIBER, A. T. et al. **Ontology-based photo annotation**. 2001. Disponível em:
<<http://www.cs.vu.nl/~guus/papers/Schreiber01a.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2009.

SETTE, Mario. **Arruar**: história pitoresca do Recife Antigo. Rio de Janeiro: C.E.B., 1948. 407p.

SHATFORD, S. Analyzing the subject of a picture: a theoretical approach. **Cataloguing and Classification Quarterly**, v. 6, n. 3, p. 39-62, 1986.

SILVA, Edilene Maria da. **A influência das políticas de informação científica e tecnológica para as bibliotecas universitárias**. 2009. 114 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009.

SILVA, Fábio Mascarenhas e. **Organização da informação em sistemas eletrônicos abertos de**

Informação Científica e Tecnológica: análise da Plataforma Lattes. 2007. 149 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SILVA, Fábio Mascarenhas e; SMIT, Johana Wilhelmina. Sistemas nacionais de informação científica e tecnológica: um breve histórico. In: OLIVEIRA, M. C. G.; SALCEDO, D. A.; OTERO, M. M. D. F. (Orgs.). **Construção, práticas e identidades da Ciência da Informação**. Recife: NECTAR, 2008. p. 57-77.

SILVA, Marcel Ferrante; LIMA, Gercina Ângela Borém de Oliveira. Semantic Web 1.0: uma abordagem pragmática para web semântica a partir de ontologias e tecnologias atuais. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM ONTOLOGIA NO BRASIL, 1., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2008.

SILVA, Marcelino Pereira dos Santos. **Mineração de imagens usando ontologias**. 2004. 49 f. Monografia da proposta de tese (Doutorado em Computação Aplicada) – Ministério da Ciência e Tecnologia, Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, São José dos Campos, 2004. Disponível em: <<http://www.dpi.inpe.br/~mpss/docs/PropostaMarcelino.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2009.

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

STYRMAN, Avril. **Ontology based image annotation and retrieval**. [S. l.: s. n.], 2005. Disponível em:

<<http://www.cs.helsinki.fi/u/astyrman/gradu.pdf>>.
Acesso em: 09 fev. 2011.

SVENONIUS, Elaine. **The intellectual foundation of information organization**. Cambridge: MIT Press, 2001. 255p.

TOREZAN, I. M. V. **Fotografia e informação: aspectos gerais de análise e indexação da imagem**. 2007. 121 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **O custo da informação tecnológica**. São Paulo: Polis, 1997. 91p. (Palavra-Chave, 8).

VENÂNCIO, Renato. Rótulos de cigarros: embalagens pernambucanas servem de fonte de pesquisa. **Revista de História**, 03 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.revistadehistoria.com.br/secao/artigos/rotulos-de-cigarros>>. Acesso em: abr. 2011.

VICKERY, B. C. Ontologies. **Journal of Information Science**, [S. l.], v. 23, n. 4, 1997, p. 277–286.

WANG, Yiwen et al. Recommendations based on semantically enriched museum collections. **Web semantics: science, services and agents in the world wide web**. [S. l.], v. 8, p. 283-290, 2008.

APÊNDICE

APÊDICE A – Livros de registros de marcas digitalizados

Diretório	Datas-Limite	Intervalo da numeração de registros de marcas	Quantidade de registros	Arquivos digitais
SG-RC-4V1	1886-87	197-198 200-202 206, 211 ⁶⁹	07	14
SG-RC-4V2	1904-1905	307 / 309-359	68	103
SG-RC-4V3	1888	212-223 225-230 232-242	31	95
SG-RC-4V4	1889	242-258 + baixas em registros	20	42
SG-RC-4V5	1890-1891	259-262 264, 265, 267, 268 270-271 273-276 282-284, 286 291-293, 297, 298	22	55
SG-RC-4V6	1892-1893	1-27	27	103
SG-RC-4V7	1894-1897	29-63	35	66
SG-RC-4V8	1898-1899	64-102	38	79
SG-RC-4V9	1900-1902	103-119 122-189	85	199
SG-RC-	-	-	-	-

⁶⁹ É frequente o intervalo irregular, pois muitas marcas foram arrancadas.

Diretório	Datas-Limite	Intervalo da numeração de registros de marcas	Quantidade de registros	Arquivos digitais
4V10 ⁷⁰				
SG-RC-4V11	1902-1903	190-244	55	131
SG-RC-4V12	1904	245-306	62	128
SG-RC-4V13	1906	360-397	38	98
SG-RC-4V14	1907	398-462 464-498	100	388
SG-RC-4V15	1908	499-564	66	139
SG-RC-4V16	1906-1909	565-645	80	201
SG-RC-4V17	1909-1910	646-709 711-733	86	200
SG-RC-4V18	1910-1911	734-803	70	162
SG-RC-4V19	1911-1912	804-864	61	168
SG-RC-4V20	1913	865-925	61	65
SG-RC-4V21	1914	926-940 942-990	64	109
SG-RC-4V22	1915	991-1041	51	110
SG-RC-4V23	1916-1917	1042-1044 1046-1132	90	236
SG-RC-4V24	1917-1918	1113-1184	50	150
SG-RC-4V25	1919	1185-1233	49	94
SG-RC-	1920-	1234-1264 1266-1279 1281-1360	161	293

⁷⁰ Classificado como registros de marca, porém, são registros de cartas e matrículas de comerciantes.

Diretório	Datas-Limite	Intervalo da numeração de registros de marcas	Quantidade de registros	Arquivos digitais
4V26	1922	1362-1379 1381-1385 1388-1402		
SG-RC-4V27	1923-1924	1403-1447 1449-1465	162	338
SG-RC-4V28	1924-1927	1-127	127	126
SG-RC-4V29	1927-1929	128-222	95	97
SG-RC-4V30	1929-1933	223-237 239-260 262-430	112	121
TOTAL			1912	4110

ANEXO

ANEXO A- Elementos de descrição do acervo JUCEPE no Projeto Cultural com a FGF

FUNDO: Junta Comercial do Estado de Pernambuco			
CÓDIGO: V109			
SÉRIE E SUB-SÉRIE: Secretaria Geral. Registro de Comércio. Marcas e Patentes Nacionais			
AUTOR (ES):			
CONTRIBUIÇÃO:			
TÍTULO:			
EDIÇÃO:	LOCAL: Recife – PE - Brasil	EDITOR:	
DATA: 09-01-1907 a 10-12-1907	Nº DE PÁGINA: 781	IDIOMA: Português	
FONTE:	FORMA APRESENTAÇÃO: MANUSCRITA (X) DATILOGRAFADA () IMPRESSA (X)		
TOMO:	LIVRO:	MICROFILMADA () MICROFILME () DIGITALIZADA () OUTROS ()	
RESUMO: Livro de registro, com índice, da Junta Comercial do Recife, referente às marcas de comércio e indústria. Rubricado pelo presidente			
João Cardos Ayres, subscrito pelo secretário João José de Moraes e oficial-maior Elydio Cavalcanti Ribeiro Pessoa.			
NOTAS: Junta Comercial do Recife			
Folhas arrancadas. Diário de Pernambuco, 06 jul 1907.			
PALAVRAS-CHAVE: INDÚSTRIA; COMÉRCIO; REGISTRO; MARCAS; na JUNTA COMERCIAL DO RECIFE			
RELAÇÃO:			
CONSERVAÇÃO: Boa () Regular (X) Ruim ()			
SEQUÊNCIA:	DISPONIBILIDADE:		