

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

ALESSANDRO DIETRICH

**BASE DE DADOS PARA PUBLICIDADE E PROPAGANDA: Um estudo a partir
do modelo de referência OAI**

PORTO ALEGRE

2013

ALESSANDRO DIETRICH

**BASE DE DADOS PARA PUBLICIDADE E PROPAGANDA: Um estudo a partir
do modelo de referência OAI**

Monografia apresentada no Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Rafael Port da Rocha

PORTO ALEGRE

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

Diretora: Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-Diretor: André Iribure Rodrigues

Departamento de Ciência da Informação

Chefe: Profa. Dra. Maria do Rocio Fontoura Teixeira Prof. Dr. Valdir José Morigi

Chefe Substituto: Prof. Dr. Valdir José Morigi

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D566e Dietrich, Alessandro
Base de Dados para Publicidade e Propaganda: um estudo a partir do modelo de referência OASIS / Alessandro Dietrich. – Porto Alegre, 2013.
78 f. : il.

Orientador: Rafael Port da Rocha.

Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul/ Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Porto Alegre, 2013.

1. Base de Dados. 2. Preservação digital. 3. OASIS. 4. Publicidade. 5. Propaganda. I. Rocha, Rafael Port da. II. Título.

CDU: 025.5

Departamento de Ciências da Informação

Rua Ramiro Barcelos, 2705.
CEP 90035-007 – Porto Alegre/RS
Telefone: (051) 3308-5143
E-mail: dcf@ufrgs.br

ALESSANDRO DIETRICH

**BASE DE DADOS PARA PUBLICIDADE E PROPAGANDA: Um estudo a
partir do modelo de referência OAI**

Monografia apresentada no Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Rafael Port da Rocha

BANCA EXAMINADORA

Dr. Rafael Port da Rocha (UFRGS)

Dr.^a. Sônia Elisa Caregnato (UFRGS)

Maria Hedy Lubisco Pandolfi (UFRGS)

AGRADECIMENTOS

Agradeço meus pais pelo apoio durante todo o período da faculdade. A minha mãe Evanir pela companhia e ajuda todos os dias, por ter contribuído para tornar possível a cansativa jornada entre faculdade e trabalho, ao meu pai Edvino pelo exemplo de esforço, por mostrar que com dedicação tudo é possível, inclusive chegar ao fim dessa etapa de minha vida. Obrigado, certamente nada disso seria possível se não fosse por vocês.

Agradeço também ao professor Rafael, pelo apoio, disponibilidade e suporte para realização deste trabalho.

RESUMO

Investiga o modelo de referência OAIS, destacando seus objetivos, estrutura e aplicabilidade para desenvolvimento de bases de dados, contextualiza a área da Publicidade e Propaganda, através de seu caráter histórico e a produção da informação na área, identificando as principais características dos formatos gerados no processo de criação do conhecimento. Através da identificação de aspectos referentes à Organização da Informação e Preservação Digital, recomenda a aplicação das funções do modelo OAIS para desenvolvimento de uma ferramenta de organização da informação, aplicável para área de Publicidade e Propaganda.

Palavras-chave: OAIS. Publicidade. Propaganda. Preservação digital. Base de Dados.

ABSTRACT

Investigates the OAIS reference model, highlighting its objectives, structure, and applicability to developing Databases, contextualizes Advertising, through the historical character and the production of information in the area, identifying the main characteristics of the shapes generated in the process of creation. By identifying aspects concerning Information Organization and Digital Preservation recommends applying the OAIS model functions to develop a tool to organize information, to applicable to the Advertising area.

Keywords: OAIS. Publicity. Advertising. Digital Preservation. Database.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo OAIS.....	28
Figura 2 - Modelo funcional.....	32
Figura 3 - Pacote de informação	33
Figura 4 - Pacote de informação detalhado	34
Figura 5 - Estrutura de agência.....	49

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Metodologia.....	14
Quadro 2 - Sugestão SIP	50
Quadro 3- Sugestão de PDI	55
Quadro 4 - Representação descritiva	58
Quadro 5 - Formato de exibição.....	68

LISTA DE SIGLAS

AACR2	Anglo-American Cataloguing Rules
AIP	Archival Information Package
CDD	Classificação Decimal de Dewey
CDU	Classificação Decimal Universal
CRC	Cyclic redundancy check
DIP	Dissimination Information Package
DOI	Digital object identifier
ISBN	International Standard Book Number
ISSN	International Standard Serial Number
ISO	International Organization for Standardization
LCC	Library of Congress Classification
OAIS	Open Archival Information System
OAI-PMH	Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting
PDI	Preservation Description Information
SAAI	Sistema Aberto para Arquivamento de Informações
SIP	Submission Information Package

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 METODOLOGIA	13
3 ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO	15
4 PUBLICIDADE E PROPAGANDA	18
4.1 ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	19
4.2 PEÇAS PUBLICITÁRIAS	20
4.2.1 Criação	20
4.2.2 Formatos	21
4.2.3 Público-alvo	22
5 PRESERVAÇÃO DIGITAL	24
6 OAIS	27
6.1 PRODUTORES	29
6.2 CONSUMIDORES	30
6.3 ADMINISTRAÇÃO	31
6.4 MODELO FUNCIONAL OAIS	32
6.4.1 Recepção	32
6.4.2 Armazenamento	36
6.4.3 Gestão de dados	38
6.4.4 Administração do sistema	39
6.4.5 Planejamento de preservação	42
6.4.6 Acesso	44
7 OAIS EM AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	47
7.1 PRODUTORES DE CONTEÚDO	49
7.1.1 Submissão SIP	50
7.2 CONSUMIDORES DE CONTEÚDO	51
7.3 ADMINISTRAÇÃO DA BASE DE DADOS	52
7.4 MODELO FUNCIONAL PARA PUBLICIDADE E PROPAGANDA	53
7.4.1 Recepção	53
7.4.1.1 Recebimento de submissão	54
7.4.1.2 Garantia de Qualidade	54
7.4.1.3 Gerar AIP	54
7.4.1.4 Gerar Informação Descritiva	55

7.4.1.5 Política de indexação	60
7.4.1.6 Atualizações Coordenadas.....	60
7.4.2 Armazenamento	61
7.4.2.1 Recebimento de Dados.....	61
7.4.2.2 Gerenciamento de Posições de Hierarquia.....	61
7.4.2.3 Substituição de Mídia	61
7.4.2.4 Verificação de Erros	62
7.4.2.5 Recuperação de Desastres:.....	62
7.4.2.6 Fornecer Dados.....	62
7.4.3 Gestão de dados	63
7.4.3.1 Administração de Base de Dados	63
7.4.3.2 Realizar Consultas	63
7.4.3.3 Gerar relatório	63
7.4.3.4 Recepção de Atualizações da Base de Dados.....	64
7.4.4 Administração do sistema.....	64
7.4.4.1 Negociar Acordo de Submissão.....	64
7.4.4.2 Gerenciamento de Configuração do Sistema.....	64
7.4.4.3 Atualização Informações de Arquivo.....	65
7.4.4.4 Estabelecimento de Normas e Políticas.....	65
7.4.4.5 Envio de Auditoria	65
7.4.4.6 Pedidos Ativados.....	66
7.4.5 Planejamento de preservação.....	66
7.4.5.1 Monitor de Comunidade Designada.....	66
7.4.5.2 Monitor de Tecnologia.....	67
7.4.5.3 Desenvolvimento de Estratégias de Preservação.....	67
7.4.5.4 Desenvolvimento de Projetos de Pacotes e Planos de Migração	67
7.4.6 Acesso.....	67
7.4.6.1 Acesso a Atividades Coordenadas.....	68
7.4.6.2 Gerar DIP	68
7.4.6.3 Entregar Resposta.....	69
8 CONCLUSÕES.....	70
REFERÊNCIAS.....	71
GLOSSÁRIO.....	75

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de uma Base de Dados surge invariavelmente da necessidade de obtenção rápida de algum tipo de informação, sendo sua principal característica ser um mecanismo pelo qual pesquisadores encontram informações sobre determinados assuntos de interesse. A evolução das tecnologias e o consequente crescimento da produção de informações em formato digital impõem um importante desafio para organização das informações nas Bases de Dados, que necessitam neste cenário, além de fornecer a recuperação rápida de informações, garantir a preservação física, lógica e intelectual dos materiais armazenados. Neste contexto, surge no ano de 2003 o modelo de referência *Open Archival Information System* (OAIS), um esquema conceitual que busca fornecer orientações para preservação e manutenção do acesso à informação por longo prazo, apontado como um importante mecanismo para subsidiar o desenvolvimento de ferramentas que atendam os objetivos para preservação da informação.

Neste sentido, o presente trabalho tem como tema central a investigação do modelo de referência OAIS, identificando sua estrutura e recomendando sua forma de aplicação para Publicidade e Propaganda.

Quanto aos objetivos, o trabalho pretende identificar na literatura os processos necessários para organização da informação e preservação digital, contextualizar Publicidade e Propaganda, suas formas de organização e produção da informação e investigar o modelo funcional e de informação de OAIS como referência para o desenvolvimento de Bases de Dados. Estes tópicos serão analisados para subsidiar o desenvolvimento de recomendações para aplicação de funções do modelo funcional e informacional de OAIS para Publicidade e Propaganda.

A motivação do estudo ao abordar as possibilidades de relação entre procedimentos para desenvolvimento Base de Dados com o OAIS e sugerir como seria sua aplicação específica para de Publicidade e Propaganda surge do entendimento de que a área representa, através de sua produção de conteúdo, um importante registro do aspecto histórico, retratando em propagandas e anúncios, questões culturais e sociais em determinadas épocas, justificando assim a necessidade da adoção de técnicas de preservação digital, além da complexidade de identificação e recuperação dos materiais produzidos por agências publicitárias,

tornando fundamental a análise de métodos e procedimentos para organização da informação nestes meios.

As dificuldades do estudo envolvem a complexidade do modelo de referência OAIS e a pouca aplicabilidade deste instrumento por instituições brasileiras, além da especificidade de características dos materiais produzidos pela Publicidade e Propaganda e falta de mecanismos de organização da área, caracterizada como uma lacuna, identificada por profissionais, conforme apresentado no decorrer do trabalho.

Com relação aos objetivos o trabalho apresenta-se como principal investigar características necessárias para uma Base de Dados de Publicidade e Propaganda a partir do modelo de referência OAIS, para obtenção deste objetivo geral, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos, contextualizar Publicidade e Propaganda, suas formas de organização e produção da informação; investigar e caracterizar o modelo de preservação digital OAIS; investigar ambiente do modelo como referência para o desenvolvimento de Bases de Dados e desenvolver recomendações para aplicação de funções do modelo funcional e informacional de OAIS na Publicidade e Propaganda.

Quanto a sua estrutura, o trabalho será dividido em sete partes. O intervalo entre o segundo e quinto capítulo corresponde à revisão da literatura, os materiais utilizados em língua estrangeira foram traduzidos para fins de citações diretas e indiretas. Neste intervalo o segundo capítulo está relacionado aos aspectos referentes à organização da informação, o terceiro irá identificar o caráter histórico da área e características de materiais produzidos pela Publicidade e Propaganda, o quarto irá identificar conceitos sobre preservação digital e o quinto identifica o modelo de referência OAIS. Na sequência do trabalho, ao sexto capítulo será apresentada a metodologia, identificando as etapas seguidas no processo, seguida dos resultados, que serão apresentados no sétimo capítulo, através das recomendações de aplicação do modelo OAIS para Publicidade e Propaganda.

2 METODOLOGIA

A metodologia do estudo, apresentada nesta sessão, visa esclarecer os procedimentos utilizados. A pesquisa caracteriza-se como de natureza aplicada e exploratória segundo os objetivos, tendo como método e coleta de dados a utilização de levantamento bibliográfico, visando responder as perguntas estabelecidas no instrumento identificado no quadro 1.

Quanto aos procedimentos de coleta, utiliza-se o levantamento de referências em: livros, artigos de periódicos e materiais disponíveis na internet, a forma de recuperação destes materiais foi realizada através de coletas em Bases de Dados, tais como, Brapci, Lisa e recursos disponíveis pelo Portal de Periódicos Capes e EBSCOHost, repositório BDTD Ibict e catálogos de Bibliotecas.

Com relação aos objetivos, o estudo apresenta como objetivo geral: investigar características necessárias para uma Base de Dados de Publicidade e Propaganda a partir do modelo de referência OAIS.

O quadro a seguir organiza os objetivos específicos, que pretendem atender o objetivo geral, instrumentos com questões a serem respondidas para cada tópico do trabalho e fontes utilizadas.

Quadro 1- Metodologia

Objetivos específicos	Instrumentos	Fonte
Contextualizar Publicidade e Propaganda, suas formas de organização e produção da informação.	<ul style="list-style-type: none"> • Quais os tipos de peças publicitárias? • Quais as principais características dos materiais produzidos? 	Levantamento bibliográfico: livros e artigos de Publicidade e Propaganda.
Investigar o modelo OAIS.	<ul style="list-style-type: none"> • Quais são seus objetivos? • Qual sua estrutura? 	Levantamento bibliográfico: modelo de referência OAIS e artigos de periódicos.
Caracterizar o modelo de preservação digital OAIS.	<ul style="list-style-type: none"> • Quais procedimentos indicados pelo OAIS para preservação digital? 	Levantamento bibliográfico: modelo de referência OAIS
Investigar ambiente do modelo OAIS como referência para o desenvolvimento de Bases de Dados para Publicidade e Propaganda.	<p>Analisar o ambiente do modelo OAIS sob o olhar de um repositório para Publicidade e Propaganda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quem são os produtores? • Quem são os consumidores? 	Levantamento bibliográfico: modelo de referência OAIS, livros e artigos de periódicos.
Investigar o modelo funcional e de informação de OAIS como referência para o desenvolvimento de Bases de Dados para Publicidade e Propaganda.	<ul style="list-style-type: none"> • As atribuições de administração do modelo OAIS aplicam-se a Publicidade e Propaganda? • As funções de depósito, acesso, armazenamento, aplicam-se Publicidade e Propaganda? • A aplicação do modelo OAIS é viável? 	
Desenvolver recomendações para aplicação de funções do modelo funcional e informacional de OAIS na Publicidade e Propaganda.	<ul style="list-style-type: none"> • Como seriam os pacotes SIP, AIP e DIP? • Como seria a representação de descritiva e temática? • Quais seriam as políticas de preservação? 	Levantamento bibliográfico: modelo de referência OAIS, livros e artigos de periódicos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3 ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Este capítulo de referencial teórico identifica os principais fatores relacionados ao processo de organização da informação. A identificação destes procedimentos torna-se necessária para subsidiar a construção das recomendações para elaboração de Bases de Dados para Publicidade e Propaganda.

Entendendo por organização da informação os processos que tornam os materiais de um centro de informação disponíveis ao usuário, identificam-se as grandes áreas que abarcam este campo: representação descritiva, representação temática, metodologia de análise temática e produtos da representação da informação, ambas possuem como função básica e recuperação da informação, conforme Maciel e Mendonça (2006, p. 27) “[...] facilitar seu acesso, localização, utilização e futuro intercâmbio”.

A catalogação ou representação bibliográfica consiste em um conjunto de informações que serão analisadas e posteriormente registradas no sistema.

A representação descritiva, usualmente denominada de catalogação ou catalogação descritiva, visa descrever os aspectos do documento, principalmente a Identificação do tipo de informação a ser descrito. Segundo Dziekaniak (2010), a representação descritiva indica os campos representativos da descrição de uma obra, principalmente acerca do seu título, autor(es), local de publicação, editora, data de publicação, assunto(s) de que trata a obra e o seu resumo. As principais etapas deste procedimento são: leitura técnica das fontes de informação do documento, descrição bibliográfica, determinação dos pontos de acesso e interligação dos mesmos por meio de remissivas, se necessário.

A representação descritiva sofre algumas alterações em ambientes informatizados ou virtuais, segundo Cunha (2008) O paradigma da unidade representativa da informação era, por exemplo, um livro, e não os seus capítulos. No entanto, em uma coleção digital, os níveis de representação do conteúdo alcançam detalhes inimagináveis, podendo ser um mapa, uma figura, um filme, um slide, um capítulo ou mesmo um verbete de uma obra de referência.

Um importante elemento para a representação descritiva da informação é o *Anglo-American Cataloguing Rules*, 2. ed. (AACR2), que estabelece regras para a descrição dos documentos. Anzolin (2007) destaca que o código tem como objetivo a normalização da catalogação num nível internacional, subsidiando o tratamento da

informação. A utilização de uma catalogação padronizada possibilita de forma fácil a interoperabilidade destes registros entre diversas bibliotecas.

A representação temática ou indexação de assuntos está relacionada com o processo de descrever os assuntos de um documento através de termos representativos.

Rubi e Fujita (2003) estabelecem a indexação como processo mais importante dentro de um sistema de informação. O responsável pela indexação tem a função de realizar uma correspondência entre o assunto pesquisado pelo usuário e a representação dos documentos, possibilitando a recuperação de informações pertinentes.

A indexação tem por objetivo geral possibilitar ao usuário acesso aos documentos. Para isso, utilizam-se algumas ferramentas, segundo Campos (2001) denominadas, de uma forma geral, linguagens documentárias. Entre elas as mais comuns são os Tesouros e os Esquemas de classificação codificada.

Segundo Bonotto, Ferreira e Laan (2007), linguagem documentária é um vocabulário, um instrumento que permite indexar e recuperar as informações armazenadas em um sistema de informação.

Nos Esquemas de Classificação através de linguagens documentárias codificadas, segundo Boccato (2009), cada classe de assuntos se identifica com um código numérico, alfabético ou alfa-numérico, sendo exemplos de estrutura hierárquica os sistemas de classificação, a saber: Classificação Decimal de Dewey (CDD), Classificação Decimal Universal (CDU), *Library of Congress Classification* (LCC); Classificação de Dois Pontos, Classificação de Black, entre outras.

Já as linguagens documentárias alfabéticas, segundo Boccato (2009), são caracterizadas como sistemas de organização do conhecimento e correspondentes às listas de cabeçalhos de assunto e aos tesouros, têm como primeira função apresentar o conteúdo dos documentos contidos em um sistema de informação. A finalidade do controle do vocabulário é conseguir a consistência na representação de assuntos, facilitando assim a recuperação.

A indexação deve obedecer critérios estabelecidos pela unidade de informação, torna-se imprescindível uma política apropriada para cada organização. Carneiro (1985) apresenta as principais diretrizes para implementação de uma política de indexação. Inicialmente destaca o grande número de variáveis que podem afetar este serviço. Entre os principais pontos ao se estabelecer uma política de indexação,

destacam-se: identificação da organização, a identificação da clientela através de estudo de usuários, tipo de produto exigido, forma de busca, tempo coberto pelos documentos, preferência por um determinado formato de saída, exemplos de perguntas feitas por usuários de outros sistemas de informação e determinar a exaustividade na indexação.

4 PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A publicidade nasce da necessidade de tornar algo público, sua concepção está implícita desde os primórdios da sociedade, da necessidade do homem de trocar algo que possui por alguma outra coisa, já o conceito de propaganda está muito mais ligado ao fato de propagar uma ideia. Malanga (1987) relata o contexto da Grécia antiga, onde os grandes oradores, já realizavam discursos políticos (ou propaganda política), pois envolvia ideologias. Observa-se então que a publicidade e propaganda estão diretamente ligadas a dois contextos: comercial e ideológico. Bigal (2003) conclui que Publicidade e Propaganda são áreas similares e de difícil definição, porém destaca que o ponto convergente entre os dois termos, de onde nasce a possibilidade de sinonímia, reside no fator “divulgação”.

A evolução das áreas inicia-se no império romano, com a utilização de tabuletas, responsáveis por indicar mercadorias a vender e a divulgação de batalhas. Conforme Kotler e Armstrong (1998, p. 304) “os mais antigos registros históricos nos dão notícia da propaganda”, ela está implícita em qualquer forma de apresentação ou divulgação paga. O passo seguinte da evolução surge com a imprensa de Gutemberg. Segundo Bertomeu (2002), a partir deste momento os anunciantes não precisavam mais produzir cópias extras de um anúncio a mão. Este contexto mudou completamente o panorama da comunicação mundial e possibilitou uma expansão altamente difundida da publicidade em jornais. A seguir surgem os cartazes impressos, a criação da lâmpada, que ampliou a publicidade através de luminosos, finalmente a publicidade e propaganda torna-se amplamente difundida pela criação do rádio (1920), televisão (1945) e internet, juntamente com a sua abertura comercial na década de 90.

Com relação ao desenvolvimento do processo de criação, as agências surgem, segundo Bertomeu (2004) na metade do século XIX, por meio de grupos de fabricantes e corretores que trabalhavam para mídia. No Brasil, especificamente entre os anos 60 e 80, as agências de criação foram constituídas, utilizavam as chamadas duplas de criação, formadas basicamente por um redator e um diretor de arte. Neste mesmo período, mais especificamente na década de 1970, segundo Santos (2005), o MEC incorporou a habilitação de Publicidade e Propaganda aos cursos de Comunicação Social. Tal processo, junto com a evolução das mídias, proporcionou a evolução da área no cenário brasileiro.

4.1 ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

A organização da informação é algo fundamental em qualquer tipo de organização, seja em grandes unidades de informação, como arquivos e bibliotecas, mas também em pequenas e grandes empresas.

O material gerado por um setor publicitário apresenta-se com característica de complexa organização e recuperação, seja pelo tipo de material gerado em si, tais como, logotipos, músicas, vídeos ou pela quantidade de informações relevantes que cada objeto pode conter, por exemplo, autor, título, data de criação e veiculação, campanha que está inserido, segmento de mercado, público-alvo, linguagens, além das diversas formas de divulgação através da mídia. Segundo Bona (2007) entre as principais formas de veiculação encontram-se na televisão, rádio, jornal, revista, cinema e internet.

Neste sentido cabe destacar a importância dessa organização para a Publicidade e Propaganda produzida em agências. Correa (2009) destaca que qualquer organização de comunicação, seja qual for sua especialidade, deve zelar pela sua documentação.

Por incrível que pareça, as pessoas costumam nomear os arquivos com o primeiro nome que vem à cabeça, sem se preocupar com a lógica e o bom senso. Isto faz com que a busca pela informação se torne uma aventura cibernética. É necessário, pois, estabelecer um critério a ser seguido rigorosamente, sem invenções a cada instante. A criatividade irresponsável é a pior inimiga de um bom arquivo. Basta observar as práticas das bibliotecas: todas adotam um sistema de classificação que é observado rigorosamente.
(CORREA, 2009, p. 85).

Assim como destacado por Correa, percebe-se quão relevante é um sistema de organização para gestão de um acervo publicitário e a possibilidade de intervenção das técnicas da biblioteconomia para essa atividade.

Com relação aos materiais produzidos pela Publicidade e Propaganda em uma agência de criação, destacam-se os seguintes itens: peças, *Jobs*, *briefing*, informações sobre o cliente, *rough-layout*, *layout* e arte-final.

4.2 PEÇAS PUBLICITÁRIAS

Esta subseção busca identificar de forma inicial as principais características das peças geradas pela Publicidade e Propaganda. A identificação servirá como base para elaboração das sugestões de representação descritiva e temática.

4.2.1 Criação

O processo de criação constitui-se nos principais itens:

- a) *Raf* ou *Rough-layout*: primeira etapa do processo de criação, segundo Bertomeu (2004, p. 68) “caracteriza-se por um esboço inicial no planejamento gráfico de qualquer trabalho a ser impresso”. *Rough-layout*: ou apenas *rough* é um rascunho inicial, que servirá como base para elaboração da peça. Pode ser desenvolvido à mão ou no computador;
- b) *Jobs*: é o nome dado a todo tipo de trabalho enviado para a criação da agência, pode incluir qualquer tipo de material, seja um anúncio, uma peça, criação de uma marca ou campanha. Segundo Correa (2009) no momento da elaboração de um Job, registra-se o seu número em outro documento de controle chamado livro de Jobs ou em um arquivo digital específico para essa finalidade;
- c) *Briefing*: apresenta-se como um documento fundamental num processo de criação, segundo Bona (2007, p. 175) “é o documento que, invariavelmente, vai guiar todo o processo de planejamento e criação da campanha publicitária”. Ele é, na verdade, o roteiro que reúne informações relevantes que podem dar base para que o trabalho seja feito com segurança. Entre as principais informações contidas em um *Briefing*, estão: dados do cliente, produto a ser criado, objetivo da campanha, tipo de mídia sugerida (veiculação), público-alvo, posicionamento da marca, clima da campanha, obrigatoriedades, limitações, peças a serem desenvolvidas (anúncio para revista ou jornal, *spot* ou jingle, comercial para televisão/cinema/internet, outdoor, folheto, cartaz, entre outros) e verba da

campanha. Correa (2009, p. 109) destaca a importância de um *Briefing* bem elaborado: “esta é uma prática muito saudável e, por que não dizer, rentável”, pois reduz os erros, além de evitar desperdícios de tempo e dinheiro. O principal é que pode conduzir os trabalhos na direção certa para que atinjam o alvo desejado;

- d) *Layouts*: é o próximo passo após a elaboração do *rough-layout*, segundo Correa (2009) este documento contém a diagramação do trabalho onde estão todos os detalhes, tais como: título, texto, ilustração ou foto, logotipo do produto ou serviço, a escolha do tipo da letra, etc;
- e) *Arte-final*: é a forma definitiva da peça após aprovado o seu *layout*. Correa (2009) indica que este fechamento do arquivo no computador, significa colocar o logotipo correto, a foto ou ilustração final, corrigir diagramação e ajustá-la nos tamanhos corretos do anúncio na revista ou jornal.

4.2.2 Formatos

Os formatos gerados a partir destes modelos iniciais podem incluir diversos tipos de peças publicitárias¹, em diferentes formas de veiculação. Neste sentido, Públio (2008, p. 183) divide-as em três principais características, entre elas:

- a) impressa:
 - Mídia impressa: mídia ao ar livre, outdoor, anúncio em revista, anúncio em jornal, mídia interior ou indoor, mídia em locais específicos: aeromídia, shoppings;
 - Materiais promocionais e de merchandising: cartaz/cartazete, folheto/folder/flyer, banners, infláveis, bandeirola, móbile, faixa de gôndola/stopper e displays;

¹ Os principais formatos de peças listadas por Públio (2008) estão identificadas no glossário ao final do trabalho.

b) eletrônicas:

- rádio/áudio: Spot, jingle, chamada/material para testemunhal, vinhetas/texto foguete e espera telefônica;
- TV: comercial, material para merchandising promocional, material para merchandising eletrônico, vídeos institucionais e Infomercial;
- cinema: cinemídia, material para merchandising eletrônico;

c) digitais:

- mídia ótica: CD-ROM, DVD-ROM, CD-Card;
- material para web: site, hot site, banners, pop-ups, rádio digital e Web TV;
- Novos meios: TV Digital, podcast MP3/MP4, SMS/MMS, Bluetooth.

4.2.3 Público-alvo

Outro aspecto importante dentro da elaboração de peças publicitárias encontra-se o público-alvo. Correa (2009, p. 126) estabelece itens que devem ser levados em consideração, entre os principais identificados abaixo:

- a) demográfico: características de sexo, idade, estado civil, classe econômica, etc;
- b) culturais: identificação das diferentes culturas de povos ou regiões;
- c) religiosas: identificação de crença, católicos, evangélicos, espíritas, etc;
- d) étnicas: identificação da etnia do público a que a propaganda propõe-se, por exemplo, asiáticos, africanos, indígenas, brancos, mestiços, etc;

- e) hábitos de compra e de consumo: identificar o modo de compra do público-alvo, por exemplo, pessoas com maior poder aquisitivo tendem a consumir produtos diversos em momentos variados;
- f) estilo de vida: identifica o estilo de vida do público-alvo, por exemplo: esportistas, pessoas que gostam de ficar em casa ou de viajar, etc;
- g) psicológicas: medos, comportamentos compulsivos, atitudes conservadoras, etc.

Através da identificação das etapas do processo de criação, diferentes formatos, veiculação e público-alvo, entende-se que as informações geradas pela Publicidade e Propaganda possuem características diversificadas e peculiares, devendo ser consideradas para o desenvolvimento de um processo eficiente de organização e recuperação da informação na área.

5 PRESERVAÇÃO DIGITAL

O grande aumento na geração e utilização de documentos eletrônicos impõe um desafio extremamente grande para disponibilização e armazenamento da informação produzida neste formato. Um tema apresenta-se como peça chave neste modelo de registro informacional: a preservação digital.

De forma ampla, segundo o Ferreira (2006), preservação digital pode ser definida como:

[...]Conjunto de atividades ou processos responsáveis por garantir o acesso continuado a longo-prazo à informação e restante patrimônio cultural existente em formatos digitais. A preservação digital consiste na capacidade de garantir que a informação digital permanece acessível e com qualidades de autenticidade suficientes para que possa ser interpretada no futuro recorrendo a uma plataforma tecnológica diferente da utilizada no momento da sua criação [...].
(FERREIRA, 2006, p. 20).

O processo de manutenção da informação em formato digital deverá obedecer modelos estabelecidos pela organização que se propõe a armazenar e preservar estas informações, levando em consideração modelos e condições necessárias para obtenção destes objetivos. Arellano (2004) identifica as condições básicas à preservação digital, divididas em três fatores: a adoção de métodos e tecnologias que integrariam a preservação física, lógica e intelectual dos objetos digitais. A preservação física está centrada nos conteúdos armazenados em mídia magnética e discos óticos; a preservação lógica procura na tecnologia formatos atualizados para inserção dos dados, novos *software* e *hardware* que mantenham vigentes seus *bits*, para conservar sua capacidade de leitura, e preservação intelectual, estabelece como foco as ferramentas que garantem a integridade e autenticidade da informação nos documentos.

Ainda que as informações nado-digitais (produzidas em meio digital) e digitalizadas (convertidas de um suporte impresso para meio digital) apresentem-se como uma alternativa mais segura na valorização da preservação do que os meios convencionais físicos, cabe ressaltar que este formato necessita de medidas e critérios estabelecidos para busca da preservação.

[...] Assim como o documento impresso, o documento eletrônico também está ameaçado diante de condições inadequadas de armazenamento, fatores ambientais negativos, desgaste causado pela ação de agentes biológicos, além das ameaças oferecidas pelo próprio homem. No entanto, por ser inteiramente dependente de um equipamento para prover o acesso à informação nele registrada, a durabilidade do documento eletrônico está ainda condicionada à expectativa de vida dos sistemas de acesso [...]
(NARDINO; CAREGNATO, 2005, p. 397).

A obsolescência tecnológica de equipamentos de hardware e softwares implica na necessidade de constantes verificações dos recursos armazenados e sistemas de acesso, além da adoção de medidas eficientes, a fim de buscar a preservação do suporte disponibilizado. Cunha (1999, p. 265) afirma que “à medida que os sistemas computacionais são alterados, também os suportes que registram a informação digital devem ser mudados” evitando assim a perda futura das informações ali registradas. Neste contexto, Arellano (2004) destaca que a era da informação digital vem dando ênfase muito maior à aquisição de material digital, do que a adoção de medidas para manter a preservação e o acesso em longo prazo aos acervos eletrônicos já existentes.

Diante da busca de medidas para preservação digital, torna-se necessária a utilização de um modelo adequado que atenda as necessidades de preservação destas informações produzidas, chamados metadados de preservação.

[...] Os metadados de preservação devem conter informação técnica e administrativa sobre decisões e ações de preservação, registrar os efeitos das estratégias de conversão de dados, assegurar a autenticidade dos recursos digitais ao longo do tempo, registrar informação acerca da gestão de coleções e de direitos e ainda fornecer informação acerca dos próprios metadados [...].
(SARAMAGO, 2004, p. 2, tradução nossa).

Neste contexto, torna-se necessário a obtenção de padrões de metadados de preservação, o modelo de referência OAIS surge como importante alternativa para as organizações, segundo Hockx-Yu (2006) a questão de como preservar e manter o acesso à informação digital em longo prazo está longe de ser respondida de maneira satisfatória, no entanto, de acordo com a autora, o modelo OAIS tem sido amplamente adotado e utilizado para subsidiar o desenvolvimento de ferramentas de preservação e repositórios.

A complexidade de armazenamento da informação em meio digital é destacada pelo modelo OAIS, o CCSDS (2003) afirma que preservar a informação em formato digital é mais difícil do que preservar informações em outras formas, tais como papel e filme, esta é apresentada como a principal motivação e justificativa para desenvolvimento do documento que estabelece o modelo OAIS.

Neste sentido o CCSDS (2003) estabelece dois fatores importantes para a adoção de medidas de preservação digital:

- a) rápida obsolescência das tecnologias digitais cria perigos consideráveis principalmente um risco muito maior do que no passado de perder a possibilidade de restaurar ou interpretar as informações armazenadas;
- b) fator organizacional, legal, questões industriais, científicas e culturais a serem considerados. Os problemas de preservação da informação em formato digital levariam inevitavelmente à perda dessas informações.

O CCSDS (2003), através do modelo OAIS, estabelece requisitos mínimos para um arquivo, proporcionando um quadro comum para os seus desafios, especialmente no tocante à informação digital, permitindo assim que cada vez mais organizações a compreender as questões e tomar as medidas adequadas para garantir a preservação da informação em longo prazo.

6 OAIS

O OAIS ou Sistema Aberto para Arquivamento de Informação (SAAI) é um esquema disponibilizado pelo Consultative Committee for Space Data Systems (CCSDS) em 2003, também é uma iniciativa da International Organization for Standardization (ISO) através da norma ISO 14721.

Segundo Thomaz e Soares (2004), o modelo OAIS é um esquema conceitual que disciplina e orienta um sistema para a preservação e manutenção do acesso à informação digital, podendo ser aplicado para qualquer arquivo. No entanto o modelo é especificamente aplicável a organizações com a responsabilidade de tornar a informação disponível por um longo prazo.

Ao elaborar uma ferramenta seguindo o modelo de referência OAIS, a organização deve comprometer-se em manter a informação armazenada durante um longo prazo. Neste sentido Saramago (2004) afirma que o modelo OAIS consiste em uma organização de pessoas ou sistemas que aceitaram a responsabilidade de preservar a informação e torná-la disponível a uma comunidade designada.

De acordo com CCSDS (2003) o modelo de referência OAIS é, em síntese, um documento, que tem por finalidade facilitar a compreensão necessária para preservar e disponibilizar a informações por um longo prazo. Neste contexto, pode-se entender OAIS como um modelo que oferece uma linguagem necessária para preservação digital, conforme definição de Thomaz (2004).

[...] Esquema conceitual, de alto nível, que disciplina e direciona o sistema para a preservação e a manutenção do acesso à informação digital em longo prazo. O principal objetivo do modelo é oferecer linguagem padronizada para ampliar a compreensão e o intercâmbio dos conceitos relevantes para a preservação de objetos digitais. Por se tratar de padrão, pode ser usado como instrumento para comparar modelos de dados e arquiteturas de arquivos, aumentando o consenso a respeito dos elementos e processos necessários à preservação de e ao acesso à informação digital. Além disso, o modelo proporciona esquema para direcionar a identificação e o desenvolvimento de padrões [...]
(THOMAZ, 2004, p. 337).

Quanto a sua estrutura, o modelo OAIS é formado pelo sistema em si e três entidades localizadas externamente, conforme ilustra a figura 1:

Figura 1 - Modelo OAIS



Fonte: CCSDS (2003, p. 2-2).

Segundo o CCSDS (2003) as três entidades são: produtores, consumidores e administração:

- a) produtor: é o papel desempenhado por pessoas ou sistemas de clientes, que fornecem a informação que se deseja preservar;
- b) administração: é o papel desempenhado por aqueles que definem a política global do modelo OAIS;
- c) consumidor: é o papel desempenhado por pessoas ou sistemas de clientes, que interagem com os serviços OAIS para encontrar e adquirir informações de interesse armazenadas no arquivo. Uma classe especial de consumidores é a “comunidade designada”.

Quanto a possíveis atualizações do sistema, o CCSDS (2003) estabelece como critério a verificação do modelo de referência num período de cinco anos, identificando alterações ou melhorias no modelo estabelecido. No âmbito da preservação digital, a organização caracteriza como normal possíveis alterações ou expansões do modelo, recomendando aos utilizadores a consulta periódica ao *Website* do CCSDS (<http://www.ccsds.org/>) para verificar possíveis modificações.

Com relação ao aspecto humano, o modelo OAIS destaca a necessidade de preparação de um programa de formação e aperfeiçoamento para o pessoal. Este programa de capacitação deve considerar duas dimensões básicas: uma dimensão horizontal, dirigida às diferentes atividades ou funções desempenhadas e uma

dimensão vertical, com diferentes níveis de aprofundamento (básico, intermediário, avançado).

As informações disponibilizadas pelas subseções a seguir, foram abstraídas, do documento divulgado pelo CCSDS (2003) chamado “*Reference Model for an Open Archival Information System*”.

6.1 PRODUTORES

É o papel desempenhado por essas pessoas ou sistemas de clientes que fornecem as informações a serem preservadas. A relação entre os produtores com um OAIS será realizada através de um pedido para que o arquivo armazene alguma informação, este contato pode ser iniciado pelo próprio produtor ou pelo arquivo OAIS.

O produtor irá estabelecer um acordo através de submissão com o arquivo, de acordo com o CCSDS (2003) este acordo será firmado através do *Submission Information Package (pacote de submissão de informação)* (SIP). O pacote de submissão é enviado a um OAIS por um produtor, sua forma e conteúdo detalhado geralmente são negociados entre o produtor e a Base de Dados.

Segundo Beedham et al. (2005) o arquivo OAIS deve extrair dos depositantes informações descritivas, para ajudar a comunidade de usuários designada a encontrar os objetos digitais de interesse.

Os acordos de submissões podem ter duas características distintas, podendo ser de caráter de inclusão obrigatória ou apenas uma sugestão voluntária ao arquivo.

O modelo de acordo identifica os componentes de um SIP, por exemplo, dados do conteúdo, informações de representações, *Preservation Description Information* (preservação de descrição da informação) (PDI), pacote de informação e informações descritivas.

6.2 CONSUMIDORES

Consumidores são definidos pelo OAIS como grupo de pessoas ou sistemas de clientes, que interagem com o arquivo para encontrar e acessar informações preservadas de seus interesses.

O CCSDS (2003) afirma que existem muitos tipos de interações entre consumidores e o OAIS, entre estas interações estão incluídas perguntas para um *help desk*, pedidos de materiais, pesquisas ao catálogo, ordens e solicitações de status do pedido.

Segundo o CCSDS (2003) os consumidores de um arquivo OAIS são denominados como “comunidade designada”.

De acordo com Holdsworth (2007), comunidade designada é um grupo identificado de consumidores potenciais que devem ser capazes de compreender um conjunto particular de informação. Essa comunidade pode ser formada por um pequeno e seletivo grupo ou por várias comunidades de usuários, dependendo do tipo de arquivo, para uma biblioteca pública, por exemplo, a comunidade designada será extremamente grande.

Quanto à relação com o arquivo, segundo o CCSDS (2003), o consumidor pode estabelecer um acordo de ordem com o OAIS, para recuperação de informações, estas informações podem existir no arquivo ou ainda seja registrado um interesse, caso ela seja inserida na coleção futuramente.

O acordo de ordem pode abranger qualquer período de tempo, ele identifica um ou mais *Archival Information Package (pacote de arquivamento de informação)* (AIP)² de interesse, gerando *Dissimination Information Package (pacote de disseminação da informação)* (DIP) em uma divulgação de dados. Também especifica outras informações necessárias, tais como a entrega informação (por exemplo, o nome ou endereço de entrega), informações sobre direitos (por exemplo, restrições de uso, os consumidores autorizados ou taxas de licença) e acordos de preços. Os dois tipos comuns de ordens iniciadas por consumidores são: ordem baseada em evento e ordem *ad hoc*.

² As definições de termos técnicos de OAIS (AIP, DIP, PDI e SIP) encontram-se disponíveis no glossário apresentado ao final do trabalho.

6.3 ADMINISTRAÇÃO

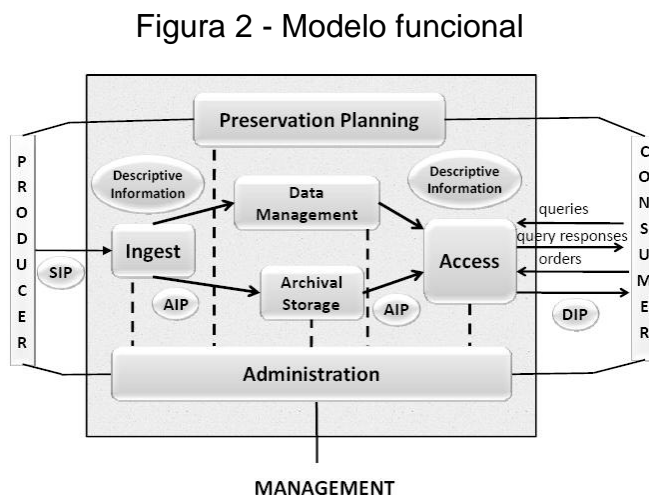
Administração do modelo é o papel desempenhado por aqueles que definem a política global OAIS.

Para termos de administração, o CCSDS (2003) estabelece seis critérios básicos a serem seguidos para uma organização que utilize o modelo OAIS. Entre eles estão:

- a) negociar e aceitar informação adequada dos produtores de informação;
- b) obter controle suficiente das informações fornecidas para garantir Preservação em longo prazo;
- c) determinar qual comunidade deve tornar-se “Comunidade designada” e, portanto, deve ser capaz de entender as informações fornecidas, definindo assim a base de conhecimento do modelo;
- d) assegurar que a informação a ser preservada é compreensível para a comunidade designada. Em particular, a Comunidade designada deve ser capaz de compreender a informação sem a necessidade de recursos especiais, tais como a assistência de especialistas que produziram a informação;
- e) seguir as políticas e procedimentos documentados, que garantam que a informação é preservada contra todas as contingências, incluindo o fim do arquivo, assegurando que ele nunca é excluído, a menos que permitido como parte de uma estratégia aprovada;
- f) tornar a informação preservada disponível para a Comunidade Designada e permitir que a informação seja disseminada como cópias e o original submetido a verificações com provas da sua autenticidade.

6.4 MODELO FUNCIONAL OAIS

O modelo funcional de estrutura do OAIS segue o esquema ilustrado na figura 2:



Fonte: CCSDS (2003, p. 1-4).

Neste esquema o CCSDS define seis entidades presentes dentro do modelo, ingest (recepção), archival storage (armazenamento), data management (gestão de dados), administration (administração do sistema), preservation planning (planejamento de preservação) e access (acesso).

6.4.1 Recepção

Fornecer serviços e funções que possibilitam aceitar o SIP (pacote de submissão de informação) de produtores ou a partir de elementos internos.

Segundo Holdsworth (2007) no modelo OAIS, o termo recepção é usado para descrever o processo pelo qual informação digital entra no arquivo.

Cabe então à função recepção, preparar o conteúdo para armazenamento e gestão dentro do arquivo. Sua principal função está relacionada aos SIPs, incluindo recebimento e garantia da qualidade, gerando assim um AIP confiável.

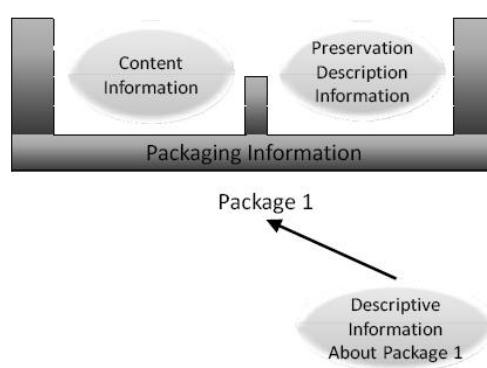
Segundo CCSDS (2003), a função recepção divide-se nos seguintes itens:

- a) recebimento de submissão: fornece capacidade de armazenamento adequada e dispositivos para receber um SIP de um produtor ou da

administração. SIPs digitais podem ser entregues via transferência eletrônica (por exemplo, FTP), carregado a partir de mídia entregue ao arquivo ou através de mídias (por exemplo, CD -ROM). SIPs não-digitais provavelmente seriam entregues por meio de processos convencionais de transporte. A função recebimento de submissão pode representar uma transferência legal de custódia para as informações de conteúdo no SIP;

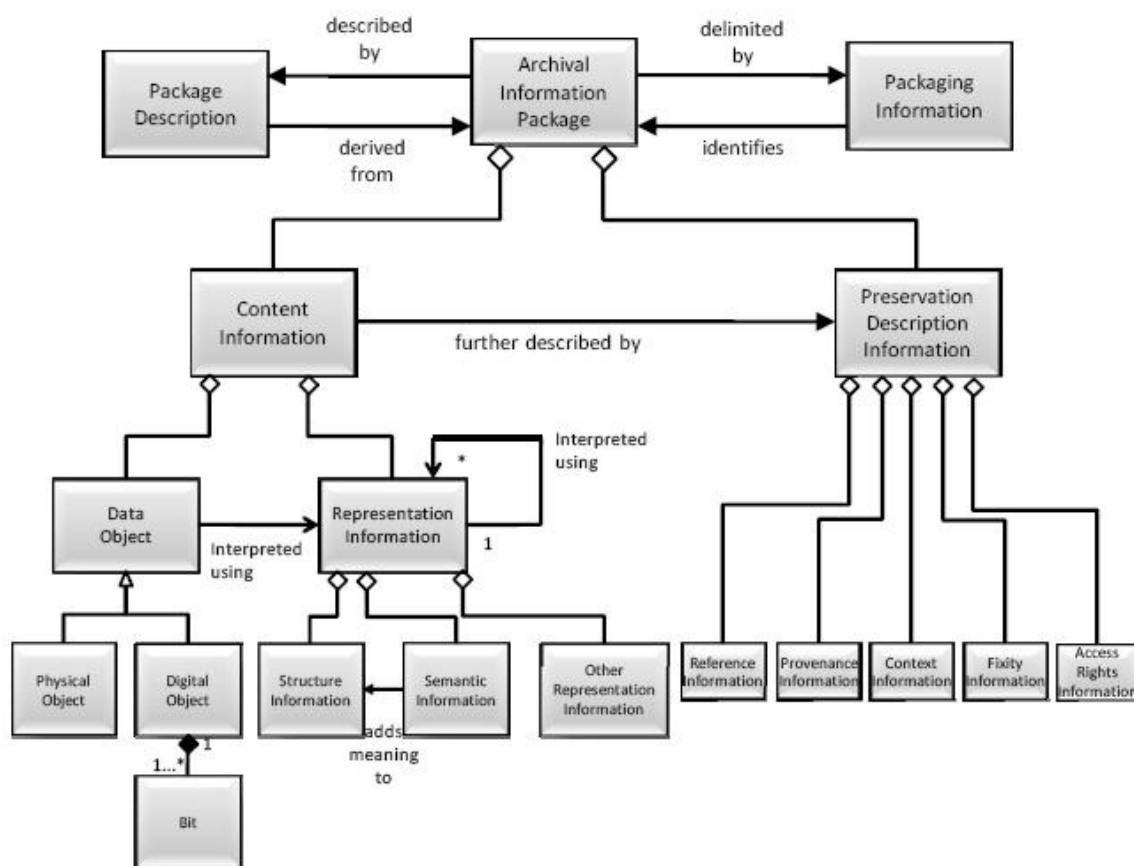
- b) garantia de qualidade: função de garantia de qualidade válida a transferência bem sucedida da SIP para a área de armazenamento temporário. Para envios digitais, esse mecanismo pode incluir a utilização de *Cyclic redundancy check* (CRCs) ou o uso de arquivos de log de erros para registrar e identificar qualquer falha na transferência de arquivos ou mídias de leitura;
- c) gerar o pacote de informação (AIP): a função gerar AIP transforma um ou mais SIP em um ou mais AIP. Pode envolver conversões de formato de arquivo. A função envia AIPs de auditoria para Administração e recebe de volta um relatório de auditoria, encaminhando o AIP para Gerar Informação Descritiva e Atualizações coordenadas. O pacote de informação AIP é constituído por dois itens, o primeiro é o objeto que se deseja arquivar em si (podendo ser impresso ou em meio digital) e sua representation information (representação informacional), seguido da PDI, a descrição para preservação da informação, ele é organizado conforme a figura 3:

Figura 3 - Pacote de informação



O item Content Information, será formado pelo objeto a ser armazenado e sua representação informacional, conforme ilustra o esquema na figura 4.

Figura 4 - Pacote de informação detalhado



Fonte: CCSDS (2003, p. 4-40).

A representação informacional será dividida entre estrutura da informação e semântica da informação. A estrutura fornecerá significados sobre como a informação está organizada, por exemplo, poderá mapear fluxos de bits, enquanto a semântica irá descrever de forma mais elaborada o que foi identificado pela estrutura da informação.

[...] A informação estrutural interpreta os bits organizando-os por tipos de dados, grupos de tipos de dados e outros significados de alto nível. Esta deve incluir especificação do formato dos dados e uma possível descrição do ambiente do hardware e do software em que os dados foram criados e que se torna necessária para o acesso posterior. A informação semântica, por outro lado, acrescenta significado à estrutura dos dados, identificada através da informação estrutural. Por exemplo a informação estrutural

pode identificar um fluxo de caracteres de texto ASCII enquanto a informação semântica pode indicar que esse texto encontra-se escrito em língua inglesa [...].
(SARAMAGO, 2004, p.4, tradução nossa)

A Preservação da descrição da informação (PDI) é aplicável ao conteúdo e torna-se necessária para preservar as informações contidas no suporte, garantir que ele seja identificado e entender o ambiente no qual o conteúdo foi criado, por este motivo o PDI nunca devem ser apagados a menos que permitido como parte de uma política aprovada.

Neste sentido, o CCSDS (2003) estabelece cinco critérios que devem ser levados em consideração no PDI:

- proveniência: descreve a fonte de origem da informação;
- contexto: descreve como as informações de conteúdo de determinado objeto relaciona-se com outras informações fora do Pacote de Informação;
- referência: fornece um ou mais identificadores, através do qual a Informação pode ser identificada com exclusividade. Entre os exemplos estão o International Standard Book Number (ISBN), International Standard Serial Number (ISSN) e Digital object identifier (DOI);
- fixidez: fornece alternativas que busquem proteger as informações de conteúdo de alteração em situação irregular;
- direitos de acesso: fornece as informações básicas de acesso, incluindo, distribuição e uso. Por exemplo, pode incluir declarações para conceder ao OASIS permissões para operações de preservação, ofertas de licenciamento, bem como especificações de controle de acesso.

O pacote de informação irá necessariamente estar disponível de modo que o consumidor possa distinguir claramente a informação que foi solicitada. Por isso o CCSDS (2003) indica ser necessário identificar o grau de necessidades dos

consumidores, conforme a variação desta necessidade, a especificidade do pacote pode assumir diversos níveis, desde o mais simples até o mais detalhado, alguns AIPs podem ter acessos restritos, com a divulgação realizada apenas para os consumidores que atendam as restrições de acesso;

- d) gerar informação descritiva: extrai informação descritiva do AIPs e coleta de informação descritiva de outras fontes para fornecer atualizações e a gestão dos dados. Isso inclui metadados para apoiar a pesquisa e recuperação do AIP;
- e) atualizações coordenadas: é responsável pela transferência da AIP para o armazenamento no arquivo e as informações descritivas para a gestão de dados.

6.4.2 Armazenamento

Fornece serviços e funções para o armazenamento do AIP, incluindo recebimento e armazenamento permanente, manutenção com a execução do refrescamento e recuperação através de verificações de erros de rotina do pacote de informação de arquivo.

De acordo com Beedham et al. (2005) a entidade de armazenamento supervisiona a gestão do armazenamento, incluindo o refrescamento de mídia, estatísticas de uso e logs de erro para garantir a todos os níveis necessários de proteção para o arquivados.

Segundo o CCSDS (2003), a função arquivamento divide-se nos seguintes itens:

- a) recebimento de dados: está função tem papel fundamental na recepção de dados, ela recebe um pedido de armazenamento e um AIP para recepção, em seguida move o AIP para armazenamento permanente dentro do Arquivo. O pedido de transferência pode necessitar indicar a utilização de determinadas formas de armazenamento, a fim de permitir dispositivos adequados ou mídia a ser selecionada para o armazenamento da AIP. Através desta função a base irá selecionar o tipo de mídia, preparar os

dispositivos ou volumes e realizar a transferência física de armazenamento de arquivos. Após a conclusão da transferência, esta função envia uma mensagem para confirmar a recepção, incluindo a identificação de armazenamento dos AIPs;

- b) gerenciamento de posições de hierarquia: gerencia através da opção comandos o conteúdo das AIP sobre os meios de comunicação adequados, com base nas políticas de gerenciamento de armazenamento ou de recepção via pedido de armazenamento. Ela monitora os logs de erros para garantir que os AIP não sejam corrompidos durante a transmissão. Esta função também fornece estatísticas operacionais para a administração, resume o inventário de mídia, capacidade de armazenamento disponível nos vários níveis de armazenamento e as estatísticas de uso;
- c) substituição de mídia: através da migração para outras mídias, a função oferece a capacidade de reproduzir o AIP longo do tempo. Dentro desta opção, a função de PDI não deve ser alterada. No entanto, os dados que constituem o pacote de informação podem ser alterados desde que ele continue a executar a mesma função anterior, sem a perda de informação. A migração estratégia deve selecionar um meio de armazenamento, levando em consideração as alterações presentes nos diversos tipos de mídia, com relação ao desempenho e os seus custos, encontrando uma forma para preservar esta informação ao migrar para outras mídias;
- d) verificação de erros: fornece a garantia de que não há componentes do AIP corrompidos no armazenamento do arquivo ou durante a transferência. Esta função exige que todo hardware e software dentro do arquivo devem fornecer notificações de possíveis erros e que esses erros sejam encaminhados para os logs de erros que serão verificados pela equipe de armazenamento de arquivo. O CCSDS (2003) indica o uso de *CRC* como um mecanismo padrão para rastrear e verificar a validade de todos os objetos de dados;

- e) recuperação de desastres: fornece um mecanismo para a duplicação dos conteúdos digitais da coleção de arquivo, por exemplo, armazenar a segunda via física separada. O CCSDS (2003) indica que a realização desta função será realizada copiando o conteúdo do arquivo para alguma outra forma de mídia de armazenamento removível (por exemplo: um CD-ROM), mas também pode ser realizada por meio de transporte hardware ou transferências de dados em rede. As políticas de recuperação de desastres são especificadas pela administração;
- f) fornecer dados: fornece cópias de AIP armazenados para acesso. Esta função recebe um pedido, identifica a AIP solicitada e fornece diretamente ou transfere a mídia para uma área de armazenamento temporário. Esta função também envia uma notificação de transferência de dados para o acesso após a conclusão do processo.

6.4.3 Gestão de dados

Fornece os serviços e funções para preenchimento, manutenção e acesso das informações descritivas. Estas informações visam identificar os arquivos e dados administrativos usados para gerenciar a Base de Dados.

As principais funções de Gestão de Dados incluem: administrar funções do banco de dados (mantendo o esquema de exibição e integridade referencial) realizando as devidas atualizações na base (por exemplo, o carregamento de nova informação descritiva ou dados administrativos) e realizar consultas sobre os dados de gerenciamento, desenvolvendo respostas a consultas e relatórios de produção destas respostas.

De acordo com Spence (2006), em síntese, a gestão de dados deverá manter metadados descritivos para busca e recuperação do conteúdo arquivado e administrar das operações internas.

Segundo o CCSDS (2003) a função Gestão de dados divide-se nos seguintes itens:

- a) administração de Base de Dados: é responsável por manter a integridade dos dados, proporcionando um mecanismo de armazenamento, que possa

ser futuramente consultado. Também é responsável pela criação quaisquer definições de esquema ou da tabela necessárias para gestão de dados. A função é realizada em conformidade com as políticas recebidas a partir da administração;

- b) realizar consultas: recebe solicitação de consulta de Acesso e executa a pesquisa para gerar uma query response (resposta de consulta), que será transmitida para o solicitante;
- c) gerar relatório: a função gerar relatório recebe um pedido de relatório de recepção, acesso ou administração do sistema e executa as consultas ou outros processos necessários para gerar o relatório (tais como: resumos de arquivo, participação por categoria ou estatísticas de uso);
- d) recepção de atualizações da base de dados: a função de recepção atualizações de dados acrescenta, modifica ou exclui as informações nos dados de armazenamento. As atualizações de recepção fornecem informações descritivas para os novos AIP e a administração do sistema fornece atualizações do sistema e atualizações de revisão que identificam novas AIPs armazenadas no arquivo. Atualizações do sistema incluem todas as modificações relacionadas ao sistema informações (estatísticas operacionais, informações de consumo e de status do pedido). A função também fornece relatórios regulares à administração, resumindo o status de atualizações e também envia uma resposta de atualização de base de dados para recepção.

6.4.4 Administração do sistema

Fornecer os serviços e funções para o funcionamento global do sistema de arquivo. As funções administrativas incluem a solicitação de acordos de submissão com produtores, submissões de auditoria para garantir que as solicitações respeitem normas de arquivamento e manutenção do gerenciamento de configuração de hardware e software do sistema.

Ela também fornece funções de engenharia para monitorar e melhorar as operações de arquivo, questões de inventário, denúncia, migração e atualização do conteúdo do arquivo. Esta entidade também é responsável por estabelecer a manutenção dos padrões e políticas de arquivo, fornecendo suporte ao cliente e ativando pedidos armazenados.

De acordo com Beedham et al. (2005) a administração do sistema serve como “hub” central para a OAIS, tanto para interações internas quanto externas. A função se comunica diretamente com os cinco outros serviços OAIS.

Segundo o CCSDS (2003), a Administração do sistema divide-se nos seguintes itens:

- a) negociar acordo de submissão: a função solicita informação arquivística para o OAIS e negocia acordos de submissão com os produtores. Também negocia um calendário de submissão de dados com os produtores. Recebe templates AIP/SIP e conselho personalização do Planejamento de preservação e envia desenhos SIP, projetos personalizados AIP para a função Submissão de auditoria como parte do processo de aprovação de submissão. Ele também envia SIP designs e AIP designs para a função estabelecimento de normas e funções políticas;
- b) gerenciamento de Configuração do Sistema: fornece engenharia de sistemas para a base monitorar continuamente a funcionalidade do sistema de arquivo inteiro e controlar sistematicamente alterações na configuração. Ela envia solicitações de relatório para Gestão de dados e recebe relatórios, também recebe estatísticas operacionais de armazenamento de arquivo. A função Gerenciamento de Configuração do Sistema resume os relatórios e fornece periodicamente informações de desempenho e relatórios de inventário para Planejamento de Preservação. Da função Planejamento de Preservação receberá pacotes de migração, com base no qual envia solicitações de mudança, procedimentos e ferramentas para a função Atualização de Informações de arquivo. Ela recebe políticas de evolução do sistema de estabelecimento de normas e funções políticas. Baseada sobre esses dados desenvolve e implementa planos para a evolução do sistema;

- c) atualização Informações de arquivo: fornece um mecanismo para atualizar o conteúdo do Arquivo. Recebe solicitações de mudança, procedimentos e ferramentas de Gerenciamento de Configuração do Sistema. Fornece as atualizações através do envio de um pedido de divulgação para acesso, atualizando o conteúdo dos SIPs, através da função atualização SIP, enviados para recepção;
- d) controle de acesso físico: fornece mecanismos para restringir ou permitir acesso físico (portas, fechaduras, etc), conforme determinado pelas políticas de arquivamento;
- e) estabelecimento de normas e políticas; é responsável por estabelecer e manter os padrões e políticas de sistema de arquivo. Recebe informações sobre o orçamento e políticas, para as diretrizes de utilização dos recursos e políticas de preços da administração. Também fornece gerenciamento de relatórios periódicos, recebe de Planejamento de preservação, recomendações para o aprimoramento do sistema de arquivo, propostas de novos dados de arquivo e relatórios de análise de risco. As normas geradas por esta função incluem padrões de formato, padrões de documentação e procedimentos, que serão seguidas durante o processo de recepção. Em resposta às recomendações recebidas de planejamento de preservação, esta opção fornece normas aprovadas e metas de migração;
- f) envio de auditoria: a função verificará se submissões (SIP ou AIP) atendem a especificações do Acordo de Submissão. Verifica também a inteligibilidade da Comunidade Designada. O processo de auditoria deve verificar a qualidade dos dados atende aos requisitos do arquivo e da comissão de revisão. O processo pode determinar se algumas partes do SIP não são adequadas para a inclusão na Base de Dados ou devem ser reenviadas ou excluídas. Um relatório de auditoria é fornecido para recepção. Após auditoria concluída, um relatório final de recepção é

elaborado e fornecido para o produtor. Os métodos de auditoria incluem a amostragem, revisão periódica e revisão por pares;

- g) pedidos ativados: a função mantém um registro de pedidos realizados na Base e periodicamente compara-os com os conteúdos do arquivo para determinar se todos os dados necessários estão disponíveis. Esta função pode gerar um pedido de divulgação que é enviado para o Acesso;
- h) atendimento ao Cliente: a função irá criar, manter e excluir contas de consumo, irá coletar informações de faturamento a partir do Acesso e enviará as contas e cobrará o pagamento para utilização de recursos do sistema de arquivo aos consumidores.

6.4.5 Planejamento de preservação

A função Planejamento de preservação fornece os serviços e funções para monitoramento da base de dados, fornecendo recomendações e planos de preservação, assegurando que as informações armazenadas na base permanecerão acessíveis e compreensíveis pela comunidade designada em longo prazo, mesmo que o ambiente de computação original torne-se obsoleto. O CSSDS (2003) recomenda a atualização periódica das informações arquivísticas, desenvolvimento de recomendações relativas às normas e políticas de arquivo, fornecimento de relatórios periódicos para análise de risco e as mudanças na tecnologia e requisitos de serviço da comunidade designada e base de conhecimento.

A função também desenha modelos de pacote de informação e oferece assistência e revisão para especializar esses modelos em PIS e AIPS para submissões específicas. O Planejamento de preservação irá desenvolver planos de migração detalhado, software protótipos e planos de teste para permitir a implementação de metas de migração da administração.

De acordo com McMeekin (2011) em síntese Planejamento de preservação desenvolve a estratégia de preservação para o repositório OAIS.

Segundo o CCSDS (2003) a função Planejamento de Preservação divide-se nos seguintes itens:

- a) monitor de comunidade designada: esta função interage com consumidores e produtores para acompanhar as mudanças em seus requisitos de serviços e tecnologias de produtos disponíveis. Os requisitos de serviços podem incluir formatos de dados, escolhas, preferências de mídia para software pacotes, novas plataformas de computação e mecanismos de comunicação com o arquivo. Ela fornece relatórios, requisitos e padrões emergentes para o Desenvolvimento de Estratégias de Preservação;
- b) monitor de Tecnologia: a função responsável por rastrear as tecnologias digitais emergentes, padrões de informação e plataformas de computação (hardware e software) para identificar quais tecnologias poderiam causar obsolescência em ambiente de computação do arquivo. Esta função pode conter capacidade de criação de protótipos para uma melhor avaliação de tecnologias emergentes. A função envia relatórios, padrões de dados externos, resultados do protótipo, alertas de tecnologia para desenvolver estratégias de preservação e resultados de protótipos para desenvolver modelos de pacotes e planos de migração;
- c) desenvolvimento de Estratégias de Preservação: a função é responsável por desenvolver e recomendar estratégias e padrões para avaliar os riscos, permitindo que o arquivo faça compensações, através de padrões, conjuntos de políticas e gerenciamento do seu sistema de infra-estrutura. Recebe relatórios, requisitos de alertas e padrões emergentes de monitor de comunidade designada e políticas operacionais, procedimentos, normas, informações de desempenho, relatórios de estoque e comentários dos consumidores resumidos da Administração.
- d) A partir das informações obtidas, a função identifica as mudanças que exigem a migração de algum arquivo atual ou novas submissões, por exemplo, atualização AIP. Esta função envia recomendações, propostas e relatórios de análise de risco sobre a evolução do sistema para a Administração. Da função monitor de tecnologia, receberá receber padrões

de dados externos e irá produzir perfis dessas normas que são enviados para administração do sistema, como propostas sobre seu uso potencial.

- e) desenvolvimento de projetos de pacotes e planos de migração: será responsável pelo desenvolvimento de novas informações, modelos de pacotes, planos de migração detalhados e protótipos, para implementar políticas e diretrizes. Esta atividade também proporciona conselhos sobre a aplicação dos modelos de pacotes de informação e planos de migração para as coleções de arquivos e submissões. A função recebe padrões aprovados, requisitos de preservação e metas de migração da Administração. Requisitos de preservação e as metas de migração recebidas por esta função tendem a gerar transformações no AIP, incluindo transformações da informação de conteúdo para evitar a perda de acesso devido à obsolescência tecnológica, este processo pode recorrer a especialistas ou recursos de outras funções dentro de Preservação. Essa tarefa também exige consulta das outras áreas funcionais e da Comunidade Designada.

6.4.6 Acesso

Fornece serviços e funções aos consumidores na descoberta da existência, descrição, localização e disponibilidade das informações armazenadas na Base de Dados, permitindo que o pesquisador solicite produtos de informação. As funções de acesso incluem a comunicação para receber pedidos, aplicação de controles para limitar o acesso a informações protegidas e entrega de respostas aos consumidores.

De acordo com Lavoie (2004) como o próprio nome sugere, a função acesso gerencia os processos e serviços pelo qual os consumidores e, especialmente, a comunidade designada, localiza, solicita e recebe a entrega de itens que residem no arquivo OAIS.

Segundo o CCSDS (2003) a função acesso divide-se nos seguintes itens:

- a) acesso a atividades coordenadas: fornece uma ou mais interfaces para participações de informações do arquivo. Esta interface será, normalmente, via rede de computadores ou ligação dial-up para um serviço on-line, mas

também pode ser implementada na forma de catálogo impresso de serviço de encomenda ou serviço de *fax-back*. Três categorias de solicitações dos consumidores são distinguidas: os pedidos de consulta, que são executados em Gestão de dados gerando respostas a consultas; os pedidos de relatório, que podem exigir um número de consultas e produzir relatórios formatados para entrega ao consumidor e, por último, solicitações de ordens, que podem acessar gerenciamento de dados e armazenamento de arquivos para preparar o *DIP*. Esta função também irá determinar se os recursos estão disponíveis para executar um pedido, garantir que o usuário está autorizado a acessar e receber a itens solicitados e notificar o consumidor de que o pedido foi aceito ou rejeitado;

- b) gerar *DIP*: a função aceita um pedido de divulgação, recupera o *AIP* de Arquivo de armazenamento e move uma cópia dos dados para uma área de armazenamento temporário para posterior processamento. Esta função também transmite uma solicitação de relatório para a função Gerenciamento de Dados para obter Informações descritivas necessárias para o *DIP*. Esta função coloca a resposta *DIP* no armazenamento temporário, assim como algumas *AIP* ou *DIPs* podem ser mantidas em armazenamento temporário para pronta disponibilidade;
- c) entregar resposta: lida com entregas on-line e off-line de respostas *DIPs*, respostas a consultas, relatórios e assistência para os consumidores. Para a entrega on-line, prepara os dados para distribuição em tempo real, através de links de comunicação, identifica o destinatário pretendido, determina o procedimento de transmissão, coloca a resposta na área de armazenamento temporário a ser transmitida e envia a transmissão on-line da resposta. Para a entrega off-line recupera a resposta da função Acesso a atividades coordenadas, prepara listas de embalagem e outros registros de envio. Quando a resposta tenha sido enviada, encaminha um aviso de ordem a Acesso a atividades coordenadas e submete informações de faturamento para Administração.

O modelo de referência OAIS indica através de suas funções claras alternativas para a organização e recuperação da informação, tendo como base a preservação em longo prazo. Entende-se que este modelo pode ser de grande utilidade para organizações, identificando as principais etapas e como essas funções organizam-se dentro do modelo funcional, indicando assim um fluxo operacional consistente.

7 OAIS EM AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Uma ferramenta de pesquisa, tal qual uma Base de Dados, surge da necessidade de obtenção rápida de informações, para tal existem diversos tipos de Bases, segundo Lancaster (1993) uma Base de Dados pode ser considerada uma coleção de itens sobre os quais podem ser realizadas buscas com a finalidade de revelar aqueles que tratam sobre um determinado assunto.

Com relação às características das Bases de Dados, conforme Cendón (2002) existem basicamente três diferentes tipos: bibliográficas ou referenciais (registros bibliográficos que permitem ao usuário localizar determinada publicação), de texto completo ou de fonte (contêm o documento completo e não apenas sua citação), e fatuais (fornecem respostas a perguntas que não visam a obter como resposta uma bibliografia, muitas delas são numéricas).

A proposta deste capítulo apresenta uma recomendação de aplicação do modelo de referência OAIS para Base de Dados de fonte, para depósito e consulta dos materiais da área de Publicidade e Propaganda.

Os itens sugeridos seguem o modelo de organização estabelecido no modelo de referência OAIS, dividindo-se em quatro etapas, produtores, consumidores, administração e o modelo funcional propriamente dito.

Entre as principais funcionalidades propostas, o mecanismo inclui critérios de preservação digital, possibilitando assim, a guarda em longo prazo das informações armazenadas.

A implementação do produto surge da necessidade de armazenamento de informações produzidas pelas áreas de Publicidade e Propaganda.

O principal objetivo é que este recurso, uma vez implantado, sirva como ferramenta para organização de materiais produzidos por uma ou mais agências de publicidade, possibilitando consulta futura a estes materiais armazenados.

Entre as principais funções que caracterizam este produto, podem ser listados os seguintes itens:

- a) para produtores: possibilidade de organização das informações produzidas, garantindo a preservação em longo prazo dos materiais armazenados e resgate histórico através da possibilidade de recuperação futura das informações armazenadas;

- b) para administração: possibilidade gerenciar as informações, gerar relatórios estatísticos de produção;
- c) para consumidores: possibilidade de utilizar a ferramenta de busca nas informações descritivas e temáticas do conteúdo armazenado, disponibilidade da opção gerar relatório de resultados, acessar o material encontrado na íntegra ou ser informado pela Base de Dados sobre alternativas de acesso (para itens protegidos por direitos autorais), entre outras funções.

Quanto a viabilidade de aplicação do produto, os requisitos a seguir estabelecem diretrizes para elaboração do produto. Para viabilizar este modelo estabelecido, serão necessários dois tipos de recursos, divididos entre humanos e materiais. Os recursos humanos, constituído por profissionais da área da Ciência da Informação e Tecnologia da informação, os recursos materiais, incluem equipamentos de informática, aquisição de softwares e mídias para o backup de segurança.

A principal restrição identificada para implementação do modelo, está na necessidade de profissionais capacitados para desenvolvimento e execução de todo processo envolvendo a aplicação dos requisitos.

A implementação do produto deverá ser realizada após a formação do grupo de trabalho e aquisição dos recursos materiais, o processo deverá seguir um cronograma de atividades, estabelecendo metas para a conclusão de cada etapa para finalização do trabalho.

Após a implementação, indica-se a execução de eventos testes na Base de Dados, devem ser testados sistemas de entrada de informação, verificação de armazenamento, análise dos módulos administrativos e ferramentas de pesquisas disponibilizadas aos consumidores. Um *check-list*, gerado de acordo com as funções apresentadas nos requisitos, pode ser utilizado para analisar individualmente cada um destes itens.

Após a verificação no teste, confirmando que as funções atendem os requisitos pré-estabelecidos, o modelo será implantado e disponibilizado para operação.

7.1 PRODUTORES DE CONTEÚDO

Caracterizados por pessoas ou grupos que fornecem informações que serão armazenadas na Base de Dados, o ambiente da agência de publicidade e propaganda apresentará diversos possíveis personagens identificados como produtores.

Para identificar estes produtores, torna-se necessário analisar a estrutura organizacional de uma agência. Lupetti (2003) identifica uma estrutura padrão de uma agência, estabelecendo os cargos dentro deste modelo:

Figura 5 - Estrutura de agência



Figura 3.2 Estrutura organizacional funcional de uma agência de propaganda.

Fonte Lupetti (2003, p. 52).

Entre os agentes produtores identificados estão os dos setores de atendimento (atendimento, atendimento Jr. e assistente), criação (diretor de arte, redator), mídia (mídia, pesquisa) e produção (assistente gráfico e assistente de computação).

Para fins de representação descritiva, optou-se pela utilização de autoria subdividida por agência, equipe de trabalho, setor ou função do autor dentro de uma agência.

7.1.1 Submissão SIP

A relação entre produtor e Base de Dados OAIS será estabelecido pela submissão, através do SIP.

O modelo de pacote SIP padrão estabelecido deve atender os seguintes itens:

- a) título;
- b) autor;
- c) informações de representações;
- d) proveniência;
- e) contexto;
- f) referência;
- g) fixidez;
- h) data de criação;
- i) data de aplicação/divulgação;
- j) direitos de acesso.

Quadro 2 - Sugestão SIP

<p>Exemplo de SIP:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Título: Logotipo do encontro ABPMCb) Autor: José Costac) Setor: Criaçãod) Proveniência: Agência Metrôpolee) Contexto: Parte da campanha ABPMCf) Referência: 1022g) Fixidez: (CRC do arquivo).h) Data de criação: 2010i) Data de aplicação/divulgação: 2013j) Direitos de acesso:<ul style="list-style-type: none">() Uso restrito para vinculados à agência() Uso restrito(x) Acesso público

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quanto ao envio de SIP, o software de gestão da Base de Dados deverá possibilitar o encaminhamento através de formulário online, entrega presencial através de mídias digitais ou via correio eletrônico endereçado à administração. O quadro 2 apresenta uma sugestão de SIP para uma agência de Publicidade e Propaganda.

7.2 CONSUMIDORES DE CONTEÚDO

O modelo OAIS estabelece como consumidores qualquer pessoa ou outro arquivo que tenha interações com o modelo na busca de alguma informação. O grupo de usuários, ao qual a Base de Dados pretende atender, será denominado como “Comunidade designada”.

Entre os requisitos de funções que atendam a comunidade designada em Publicidade e Propaganda, devem constar:

- a) possibilidade de pesquisa na Base de Dados;
- b) módulo de Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC);
- c) formulário para pedidos de materiais;
- d) verificação de status de pedido.

A observação freqüente do grupo de consumidores deverá ser um processo adotado pela administração.

Indica-se o uso de ferramentas de investigação denominadas estudo de usuários, detectando as necessidades informacionais da comunidade designada, além da forma como o usuário procede na busca dessas informações, Baptista e Cunha (2007) destacam a importância deste instrumento, que através da coleta de dados, irá criar ou avaliar produtos e serviços informacionais, bem como entender melhor o fluxo da transferência da informação.

Para atender consumidores caracterizados por outras Bases de Dados, indica-se o uso do *Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting* (OAI-PMH). Segundo a Open Archives Initiative (2013), este protocolo fornece um quadro de interoperabilidade com base em coleta de metadados.

Para viabilizar a interoperabilidade de metadados, torna-se extremamente importante que seja trabalhada a qualidade destes dados, sendo necessária a

avaliação freqüente de qualidade dos metadados utilizados. Segundo Bentancourt e Rocha (2012, p. 2) “só fornecer os metadados não é garantia de sucesso, ou seja, os dados transmitidos precisarão estar corretos, acessíveis no momento necessário, de forma completa e no formato certo”.

7.3 ADMINISTRAÇÃO DA BASE DE DADOS

Administração será um processo realizado por aqueles que definem a política global da base de dados no modelo de referência OAIS. Será a entidade dentro do modelo, responsável por estabelecer políticas.

Diante da complexidade da organização informacional e da importância da preservação digital em longo prazo, a administração deverá ser de responsabilidade de um profissional ou grupo de profissionais da Ciência da Informação.

Entende-se por Administração nestes requisitos, o profissional ou grupo responsável por gerenciar a Base de Dados.

Entre as principais atribuições da Administração, estabelecidos pelo OAIS, aplicados a este modelo de Publicidade e Propaganda, constam os seguintes itens:

- a) negociação: Serão aceitos materiais em formato digital pertinentes das áreas de Publicidade e Propaganda. Entre os tipos de materiais aceitos estão Jobs, Briefing, Rough-layout, Layouts, produto final, nos mais diferentes formatos, entre eles JPEG, PNG, GIF, Bitmap, TIFF, RAW, SVG, WebP, etc. A negociação deve estabelecer políticas para recepção de informações adequadas, pertinentes à área de publicidade e propaganda e áreas afins;
- b) controle: A Administração deverá obter controle total sobre a coleção, realizar análises periódicas, a partir de relatórios, e adotar medidas para preservação em longo prazo;
- c) determinar comunidades designadas: Deve reavaliar periodicamente a comunidade designada, caso necessário, deverá incorporar as políticas a possibilidade de atender novas comunidades, além da determinada

inicialmente (formada por profissionais da área de publicidade e propaganda);

- d) compreensão: a Administração assegura a análise periódica da informação armazenada, garantindo que ela seja compreensível para comunidade designada, entre os itens a serem analisados pela administração encontram-se: forma do material apresentado e idioma. A análise de compreensão será feita através de pesquisas com a comunidade designada, recomenda-se que este procedimento seja realizado semestralmente;
- e) Políticas e procedimentos: a administração irá garantir os procedimentos documentados no modelo de referência OAIS, assegurando que sejam executados os processos estabelecidos no modelo funcional e que a informação será preservada e nunca excluída;
- f) Tornar informação disponível: permitir que a informação esteja sempre disponível para a comunidade designada, verificar constantemente as ferramentas de comunicação entre consumidores e a Base de Dados, permitindo o envio de cópias dos arquivos e que o original possa ser submetido a verificações de autenticidade diante do desejo do consumidor.

7.4 MODELO FUNCIONAL PARA PUBLICIDADE E PROPAGANDA

O modelo funcional será dividido em seis funções: recepção, armazenamento, gestão de dados, administração do sistema, planejamento de preservação e acesso.

7.4.1 Recepção

Fornece critérios para recepção dos materiais. No que diz respeito a: Recebimento de submissão, garantia de qualidade, criação do AIP, criação da informação descritiva e atualizações coordenadas. Estes aspectos são investigados a seguir.

7.4.1.1 Recebimento de submissão

Aceitará SIPs digitais, entregues via transferência eletrônica através do software gerenciador ou através de mídias. Para um ambiente de publicidade, um exemplo de mídias aceitas seriam: CD-ROM, DVD-ROM e Pendrive.

7.4.1.2 Garantia de Qualidade

O gerenciador deverá fornecer logs de erros detectando possíveis falhas ou confirmando o envio com sucesso do SIP para área de armazenamento temporário.

Em um repositório de uma agência de Publicidade, torna-se imprescindível que no recebimento do material a ser armazenado, a equipe responsável teste o arquivo recebido. O critério do teste deverá levar em consideração a visualização plena do item recebido.

7.4.1.3 Gerar AIP

Com base nas informações recebidas através do SIP, será gerado o AIP, onde constará o arquivo para armazenamento e as características descritivas do AIP. O modelo de estrutura do AIP será dividido em duas funções, informações de conteúdo e PDI:

- a) Informações do conteúdo: incluindo conteúdo a ser armazenado e a representação da informação (estrutural e semântica);
- b) PDI: proveniência, contexto, referência, fixidez e Direitos de Acesso. O quadro número 3 apresenta sugestões para um PDI.

Quadro 3- Sugestão de PDI

Exemplo de PDI preenchido:

- Proveniência: Agência MetrÓpole.
- Contexto: Parte da campanha ABPMC.
- Referência: 1022.
- Fixidez: CRC do arquivo.
- Direitos de Acesso: acesso público.

Fonte: Elaborado pelo autor.

7.4.1.4 Gerar Informação Descritiva

As regras sugeridas para elaboração dos requisitos descritivos para um repositório de agência de publicidade foram desenvolvidas com base nos critérios estabelecidos no AACR2, que de acordo com Anzolin (2007, p. 3) “tem como objetivo a normalização da catalogação a nível internacional”, e utilizando o esquema de metadados Dublin Core, que segundo Alves e Souza (2007, p. 24) “vem sendo adotado internacionalmente por diversas instituições de renome”, possibilitando uma descrição simples e adaptável ao perfil de cada organização.

Sugere-se a utilização dos descritores de acordo com o Dublin Core Metadata Initiative (2000) e demais qualificadores identificados como relevantes na área de publicidade e propaganda.

Indica-se o uso da seguinte padronização para preenchimento dos campos Dublin Core:

- Title: registra título do material, para itens como título original e traduzido, deve-se duplicar o campo para registro das duas formas.
- Contributor: indicação de criação deve indicar o pré-nome seguido do sobrenome. Torna-se necessário o uso de vocabulário controlado para

esta opção, visando manter um padrão de autoridades, indica-se o uso de remissivas para recuperação.

- **Subject:** registra um ou mais termos de assunto, indica-se o uso de um cabeçalho de assuntos.
- **Description:** registra um resumo do material inserido.
- **Publisher:** indica o editor do material, deve-se usar uma forma padronizada para registro do editor, evitando assim que o mesmo editor seja registrado de maneiras diferentes.
- **Date:** registra-se a data de publicação ou distribuição do material. Para casos onde é relevante o registro de mês e ano (por exemplo: relatório de produção mensal de uma agência), deve-se usar o modelo 01/01/2010, para itens com dia ou mês desconhecidos, usa-se 00/00/2010.
- **Type:** Informa o tipo de material produzido, banner, jingle, etc.
- **Format:** indica o formato do arquivo digital armazenado na Base de Dados.
- **Identifier:** estabelece um número padronizado para controle dos documentos, sugere-se o uso de uma tabela para atribuição de um número de registro/criação de cada item produzido por determinada agência.
- **Source:** Indica a origem do objeto, que sua elaboração foi realizada com base em outro item. A entrada deve ser padronizada, conforme estabelecido no campo *tytle* do objeto de indicado como origem.
- **Language:** Indica a linguagem presente no objeto (no caso de objetos que dispões de texto ou áudio). Indica-se o uso de siglas, exemplo: por, esp, eng.
- **Relation:** Informa a relação do objeto com outros itens, deve-se indicar o item relacionado de forma padronizada, utilizando a mesma forma de entrada atribuída ao relacionado no campo *tytle*.
- **Coverage:** Indica as características de tempo e local de onde o objeto foi criado. Indica-se o uso de entradas de formas padronizadas de acordo com um cabeçalho de assuntos para nomes de cidade, país ou estado.
- **Rights:** Informa as condições de acesso: uso restrito para vinculados à agência, uso totalmente restrito ou acesso público.
- **Audience:** os *subcampos* Cliente, Público-alvo, Segmento e Veiculação, devem seguir um controle terminológico para evitar a duplicação de

termos, por exemplo, veiculação: TV / Televisão, deve-se optar por um termo autorizado e o segundo ser incluído como remissiva;

Segundo Woodley (2005), “*qualificador*” é o termo utilizado tradicionalmente para termos que possibilitam o refinamento de elementos principais de forma que possam ser úteis na descoberta de recursos. A qualificação deve seguir o princípio *Dumb-Down*, segundo a qual o pesquisador deve ser capaz de ignorar qualquer qualificador utilizado na representação.

O quadro 4 apresenta uma sugestão de uma qualificação de Dublin Core para publicidade.

Quadro 4 - Representação descritiva

(continua)

Dublin Core	Qualificador	Observações	Exemplo
<i>Title</i>	Alternative		title Logotipo do encontro ABPMC
Contributor	agencia atend atendjr assist diretorart redator midia pesquisa assistgrafico assistcomputacao	Indica a autoridade, precedido do qualificador indicando qual sua função dentro da agência no momento da criação. Quando o autor for uma agência, usa-se o qualificador “agencia” seguido do nome da organização.	contributor.diretorart Costa, José contributor.agencia Metrópole
<i>Subject</i>		Opção preenchida pelas informações fornecidas em content information do AIP	
Description	Table Of Contents Abstract		description.abstract O logo desenvolvido para o congresso anual organizado pela ABPMC
Publisher			
Date	Created Valid Available Issued Modified		data.created 01/01/2010 data.available 00/00/2012
Type	Peça	Peça: Indica qual peça descrita.	Type.peça logotipo
Format	Extent Medium		format .Jpg

(conclusão)

Dublin Core	Qualificador	Observações	Exemplo
Identifier		Indica o número de registro do item	identifier 1022
Source		Indica a origem, indica-se o uso para quando uma peça ou campanha é desenvolvida através de atualizações de outras realizadas anteriormente.	Source Logo ABPMC
Language			language por
Relation	Versão Parte Atualização de Campanha		Relation.parte encontro ABPMC
Coverage	Spatial Temporal		coverage.spatial Brasil
Rights		Indica as restrições de uso.	rights publico
Audience	Cliente Público Segmento Veiculação	<p>Cliente: indica solicitante do material produzido.</p> <p>Público-alvo: indica a qual público do material (ex: homens, mulheres, jovens, acadêmicos, etc).</p> <p>Segmento: Indica o segmento de mercado para qual o item foi criado (ex: alimentos, automotivo, etc).</p> <p>Veiculação: indica onde a propaganda é divulgada.</p>	<p>Audience.cliente ABPMC</p> <p>audience.publico medico</p> <p>audience.segmento congresso</p> <p>audience.veiculacao jornais</p> <p>audience.veiculacao televisão</p>

Fonte: Elaborado pelo autor.

7.4.1.5 Política de indexação

Os campos preenchidos na descrição da informação devem obedecer a uma Política de Indexação, segundo Rubi e Fujita (2003) afirmam que este instrumento indexação deve propiciar a identificação dos conceitos do objeto, produzindo correspondências entre os assuntos pesquisados e o índice.

As palavras-chaves estabelecidas devem estar de acordo com cabeçalho de assuntos a ser desenvolvido pela administração do sistema, seguindo termos extraídos da literatura em Publicidade e Propaganda. O vocabulário controlado para recuperação e organização da informação, deve permitir a compreensão dos termos indexados, deve-se evitar-se jargões e termos que podem ter seu entendimento de curta duração.

A organização deverá ser realizada através de uma linguagem pós-coordenada, que segundo Carneiro (1985) é a forma recomendada para sistemas geridos por computador.

Como ferramenta de apoio para definição dos termos, indica-se o uso de tesouros, cabeçalhos de assuntos e dicionários da área.

Quanto ao sistema de indexação, recomenda-se a utilização sistema de indexação por atribuição, utilizando como parâmetro para entrada de termos um controle de vocabulário controlado.

Indica-se um nível de exaustividade de até cinco termos correspondentes ao produto.

Com relação à especificidade, sugere-se a indexação pelo termo mais específico possível para que a recuperação seja feita com maior grau de precisão.

7.4.1.6 Atualizações Coordenadas

A função deverá encaminhar automaticamente o AIP para o armazenamento e informações descritivas para gestão de dados.

7.4.2 Armazenamento

A função Armazenamento irá fornecer serviços e funções para o armazenamento do AIP.

7.4.2.1 Recebimento de Dados

Função responsável por receber AIPs da recepção e encaminhar ao arquivamento permanente. A mídia estabelecida para armazenamento será HardDisc (HD), independente do formato recebido. Ao término do recebimento, Recebimento de Dados. Deve gerar um número de identificação do AIP arquivado, esta identificação será enviada para recepção. Cada item inserido receberá um número seqüencial de identificação, este número será utilizado para controle de registro de cada item;

7.4.2.2 Gerenciamento de Posições de Hierarquia

A função irá gerenciar através da opção comandos, o controle das AIPs, entre as suas atribuições deverá fornecer:

- a) relatórios de erros de transmissão de AIP;
- b) fornecer estatísticas operacionais;
- c) informar capacidade de armazenamento do arquivo.

Com base nas informações geradas por gerenciamento de posições de hierarquia, a administração do sistema deverá tomar medidas prévias para manutenção da Base de Dados, tais como, solicitar um novo envio de AIP ou buscar alternativas para novos espaços de armazenamento em disco;

7.4.2.3 Substituição de Mídia

Estabelece a análise da mídia onde as informações estão armazenadas, esta atividade deverá ser realizada semestralmente pela administração do sistema,

havendo necessidade de substituição de mídia (seja por falta de espaço disponível, custos ou substituição por tecnologia superior), deverá ser estabelecido um plano de migração, garantindo que nenhuma informação seja perdida durante este processo;

7.4.2.4 Verificação de Erros

Função deverá utilizar o código CRC que irá fornecer relatórios de erros no armazenamento dos componentes do AIP. Estes logs serão analisados pela administração da Base de Dados;

7.4.2.5 Recuperação de Desastres:

Visando estabelecer mecanismos contra a possibilidade de desastres, a administração deverá responsabilizar-se por desenvolver atividade de duplicação dos conteúdos digitais.

O CPBA (2001) estabelece que um segundo local de armazenamento precisa ser escolhido, estabelecendo-se um cronograma de duplicação, dependendo do volume de entrada de dados.

A cada três meses deverá ser realizado backup para duas mídias alternativas ao arquivo original. Sugere-se a utilização das mídias DVD-Rom e HD externo, simultaneamente.

A cada trimestre deverá ser copiado todo conteúdo incluído na base de dados no período de três meses anterior a data do backup. Este período deverá ser reavaliado constantemente, de acordo com o volume de dados recebidos, caberá à recuperação de desastres o estabelecimento de novas frequências de backups;

7.4.2.6 Fornecer Dados

A função fornecer dados será responsável por encaminhar o AIP para Acesso, mediante a solicitação de um consumidor. O software gerenciador deverá disponibilizar esta ferramenta em tempo real.

7.4.3 Gestão de dados

Gestão de dados irá estabelecer e gerenciar processos para controle das informações armazenadas. A função será de responsabilidade da gestão do modelo OAIS.

7.4.3.1 Administração de Base de Dados

Deverá gerir a Base de Dados, proporcionando que a ferramenta esteja apta para consulta, de acordo com as diretrizes estabelecidas pela gestão. Deverá ser realizado um estudo e análise comparativa dos softwares disponíveis, identificando a melhor alternativa para a gestão no modelo OAIS.

7.4.3.2 Realizar Consultas

A função será responsável por estabelecer a relação entre solicitações de consultas e resposta à consulta, este processo deverá ser automatizado através de função search do software gerenciador. Sugerem-se os campos disponíveis para “solicitação de consulta”: Título, Autor, Assunto (palavra-chave), Cliente, Resumo, Público-alvo, Segmento, Veiculação e Busca livre;

7.4.3.3 Gerar relatório

A função gerar relatório deverá fornecer relatórios diante das solicitações de Recepção, Acesso e Administração do sistema. Entre os relatórios necessários encontram-se, para Recepção: estatísticas de itens recebidos e itens aceitos; para Acesso: estatísticas de solicitações recebidas e respondidas, relatório de buscas sem sucesso; para Administração do sistema: relatórios de auditoria, estatística de itens armazenados, relatórios de inconsistência.

7.4.3.4 Recepção de Atualizações da Base de Dados

A função deverá fornecer ferramentas para acrescentar, modificar ou excluir informações armazenadas na Base de Dados, além de modificações para seu gerenciamento em si. A função atualizações dos dados armazenados estará relacionada com a recepção, este módulo deverá estar disponível em formato de formulário para edição dos responsáveis pela gestão das informações na base de Dados. A gestão da Base de Dados estará relacionada com Administração, que deverá ter disponibilidade de ferramentas para atualização do sistema e atualização de revisão dos dados.

7.4.4 Administração do sistema

Esta função irá administrar o funcionamento do sistema em si, fornecendo serviços e funções para subsidiar o funcionamento das demais funções.

7.4.4.1 Negociar Acordo de Submissão

A função irá solicitar informações arquivísticas para a Base de Dados e negociar acordos de submissão com produtores. Será responsável por receber do Planejamento de preservação templates AIP/SIP e conselhos de personalização.

7.4.4.2 Gerenciamento de Configuração do Sistema

A função responsável por monitorar as funcionalidades da Base de Dados. Irá enviar:

- solicitações de relatório (para Data management);
- informações de desempenho (para Planejamento de preservação);
- relatórios de inventário (para Planejamento de preservação);
- solicitações de mudanças (para Atualização de Informações de arquivo);
- procedimentos (para Atualização de Informações de arquivo);
- ferramentas (para Atualização de Informações de arquivo).

Irá receber:

- relatórios (de Armazenamento de arquivo);
- estatísticas operacionais (de Armazenamento de arquivo);
- pacotes de migração (de Planejamento de preservação);
- políticas de evolução do sistema (de estabelecimento de normas e funções políticas);

7.4.4.3 Atualização Informações de Arquivo

Será a função responsável por receber solicitações de alterações na Base de Dados. Estas solicitações serão recebidas de Gerenciamento de Configuração do Sistema, direcionada para a função responsável, após realizadas as alterações, enviará uma atualização SIP para a recepção, confirmando a execução do processo.

7.4.4.4 Estabelecimento de Normas e Políticas

A função irá fornecer normas e políticas a serem utilizadas na administração da Base de Dados. Entre as principais normas e políticas geradas estão: Padrões de formato, padrões de documentação e procedimentos. Os padrões de formato para representação de metadados utilizados inicialmente será o Dublin Core. Padrões de documentação deverão seguir as especificações estabelecidas no AACR2.

7.4.4.5 Envio de Auditoria

A função deverá verificar se submissões de saída e de entrada (SIP ou AIP) atendem a especificações do Acordo de Submissão. O procedimento deverá ser realizado de forma semestral. Havendo consenso de que algumas partes do SIP ou AIP não são adequadas, deverão ser novamente enviados ou excluídos da coleção. Esta comunicação deverá ser efetuada através de relatórios de auditoria com a recepção;

7.4.4.6 Pedidos Ativados

A função deverá gerar um registro das pesquisas realizadas e compará-las com o conteúdo presente. Constatadas incompatibilidades na descrição, as mesmas deverão ser devidamente alteradas.

7.4.5 Planejamento de preservação

Fornecerá recomendações e planos para preservação, garantindo que as informações armazenadas permanecerão acessíveis e compreensíveis em longo prazo.

7.4.5.1 Monitor de Comunidade Designada

Será a função responsável por interagir com produtores e consumidores para identificar os requisitos de serviços e tecnologias. Indica-se o uso de instrumentos de estudo de usuários, aplicados anualmente, para detectar essas alterações, deverá identificar os itens:

- a) formatos de dados atendem a necessidade de produtores e consumidores;
- b) preferências de mídias (visa identificar outras preferências além do acesso on-line);
- c) novas plataformas de comunicação da Base de Dados entre produtores e consumidores;
- d) necessidade de alterações nas comunicações com a Base de Dados.

7.4.5.2 Monitor de Tecnologia

Será a função responsável por mapear tecnologias digitais emergentes. Este processo deverá ser realizado frequentemente pela administração da Base de Dados, que seguirá os seguintes itens:

- a) identificar novos padrões de informação e plataformas de computação (hardware e software);
- b) gerar protótipos para avaliação das tecnologias;
- c) gerar alertas de tecnologias (através de outros recursos, por exemplo: IEEE Xplore e ACM Digital Library).

7.4.5.3 Desenvolvimento de Estratégias de Preservação

Diante das informações obtidas em Monitor de tecnologia, esta função será responsável por desenvolver e recomendar estratégias e padrões, para avaliar riscos. Com base nas informações recebidas de Monitor de comunidade designada e Administração do Sistema, esta função irá desenvolver metodologias através de padrões, conjuntos de políticas e gerenciamento do sistema.

7.4.5.4 Desenvolvimento de Projetos de Pacotes e Planos de Migração

Será a função responsável por implementar políticas e diretrizes, através do desenvolvimento de novas informações, modelos de pacotes, planos de migração detalhados e protótipos.

7.4.6 Acesso

Acesso será a função responsável por realizar a comunicação entre consumidores e a Base de Dados, através de ferramentas descoberta, localização e disponibilização das informações armazenadas.

7.4.6.1 Acesso a Atividades Coordenadas

Deverá ser responsável por coordenar as seguintes interações entre a Base de Dados e os consumidores:

- a) solicitações de consultas, executados em Gestão de Dados gerando respostas a consultas. A resposta de consultas deverá disponibilizar a visualização dos registros recuperados e possibilitar a seleção dos materiais pelo usuário em formato de lista, conforme quadro 5,, o item selecionado, deverá ser apresentado com sua representação descritiva completa em formato de consulta, além de possibilidade de consulta aos campos Dublin Core;
- b) Solicitação de relatório: deverá produzir relatórios formatados para entrega ao consumidor.

Quadro 5 - Formato de exibição

Formato 1 (exibição simples):	Formato 2 (exibição detalhada)
<ul style="list-style-type: none"> • Título • Autor • Referência • Link de Acesso 	<ul style="list-style-type: none"> • Título • Autor • Referência • Resumo • Palavras-chaves • Link de Acesso

Fonte: Elaborado pelo autor.

7.4.6.2 Gerar DIP

Será a função responsável por receber um *Pedido de Divulgação*, recuperar o AIP de Armazenamento, solicitar informações descritivas de Gestão de Dados e mover uma cópia dos dados para uma área de armazenamento temporário, de onde será feita a entrega ao consumidor através de um link URL;

7.4.6.3 Entregar Resposta

Será a função responsável por transmitir o arquivo da área de armazenamento temporário para o consumidor. Os processos de Acesso devem ser automatizado através do software gerenciador do modelo.

Para implementação do modelo proposto, torna-se necessário a análise das características dos processos relevantes para a instituição que irá produzir as informações em Publicidade e Propaganda. Dados sobre a quantidade de conteúdo produzido, objetivo de divulgação, necessidade de armazenamento e possibilidade de acesso à informação, devem ser considerados para identificar as características de cada aplicação.

8 CONCLUSÕES

Ao término deste trabalho, após identificação dos principais aspectos das áreas envolvidas, conclui-se que o modelo de referência OAIS é aplicável e recomendável para desenvolvimento de uma Base de Dados na área de Publicidade e Propaganda. As propostas indicadas pelo modelo vão ao encontro das necessidades de armazenamento, acesso, gerenciamento e principalmente atendem as questões relacionadas à preservação dos materiais armazenados no arquivo.

O modelo indica soluções para organização da informação de forma bem definida, estabelecendo cada função e suas devidas atribuições, acredita-se que a adoção deste processo pode contribuir para formalização de diversas atividades dentro de uma unidade de informação.

Com relação a proposta do trabalho, entende-se que a adoção de mecanismos, utilizando o modelo OAIS, pode ser de grande utilidade para Publicidade e Propaganda, tanto para recuperação das informações produzidas, servindo como importante ferramenta de apoio para os profissionais ligados a agências, como também para organização das agências propriamente ditas.

A utilização do modelo de referência também torna-se importante para o aspecto de preservação em longo prazo, que pode contribuir para o resgate histórico da área em si e de grande valor para demais interessados, possibilitando acesso a registros de aspectos sociais e culturais de um povo em determinado período, presentes na produção destes anúncios publicitários.

A principal vantagem encontrada no modelo de referência OAIS, encontra-se na identificação de que todas as funções são pertinentes para aplicação em Publicidade e Propaganda e as principais desvantagens encontradas foram relacionadas à complexidade do modelo e a escassa produção literária e pouca aplicação para utilização do modelo OAIS na prática por organizações, principalmente nas instituições brasileiras.

Quanto à continuidade do estudo, indica-se como sugestão a construção de um modelo de requisitos para Publicidade e Propaganda, baseado no modelo de referência OAIS, com a participação de especialistas da área, investigação de ferramentas de Base de Dados que seguem o OAIS, entre elas RODA e Archivematica, analisar e implementar softwares de gestão de Publicidade e Propaganda, atendendo o modelo de referência OAIS.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Maria das Dores Rosa; SOUZA, Marcia Izabel Fugisawa. Estudo de correspondência de elementos metadados :Dublin Core e Marc 21. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 4, n. 2, 2007. Disponível em: < <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/358>> . Acesso em: 10 maio 2013.
- ANZOLIN, Heloisa Helena. **Atualizações em AACR2**. Curitiba, 2007. Disponível em: <http://cdij.pgr.mpf.mp.br/sistema-pergamum/ix-encontro-nacional/20_04_2007/Curso%20AACR2.pdf>. Acesso em: 10 out. 2013.
- ARELLANO, Miguel Angel. Preservação de documentos digitais. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 33, n. 2, 2004. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652004000200002>>. Acesso em: 26 set. 2013.
- BAPTISTA, Sofia Galvão; CUNHA, Murilo Bastos da. Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados. **Perspectivas em ciência da informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 2, 2007. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/48/89>>. Acesso em: 10 out. 2013.
- BEEDHAM, Hilary et al. Assessment of the UKDA and TNA compliance with OAIS and METS standards. **JISC**, [S.l.], 2005. Disponível em: <www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/preservation/oaismets.pdf>. Acesso em: 26 set. 2013
- BERTOMEU, João Vicente Cegato. A crítica genética na propaganda. **Comunicação e inovação**, v. 3, n. 5, 2002. Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/503/350>. Acesso em: 12 maio, 2013.
- BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa**. São Paulo: Futura, 2004.
- BENTANCOURT, Sílvia; ROCHA, Rafael Port da. Metadados de qualidade e visibilidade na comunicação científica. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 17, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2012v17nesp2p82>>. Acesso em: 31 maio 2013.
- BIGAL, Solange. **O que é a criação publicitária ou (o estético na publicidade)**. São Paulo: Nobel, 2003.
- BOCCATO, Vera Regina Casari. **Avaliação do uso de linguagem documentária em catálogos coletivos de bibliotecas universitárias: um estudo sociocognitivo com protocolo verbal**. 2009. 301 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)– Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2009. Disponível em: <http://www.marilia.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/boccatovrc_do_mar.pdf>. Acesso em: 10 maio, 2013.

BONA, Nivea Canalli. **Publicidade e propaganda**: da agência à campanha. Curitiba: Ibplex, 2007.

BONOTTO, Martha Eddy Krummenauer; FERREIRA, Gloria Isabel Sattamini; LAAN, Regina Helena van der. Elaboração de glossário na área de organização e tratamento da informação: relato de experiência. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 22., 2007, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Federação Brasileira de Associações de Bibliotecários, 2007. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/10690>>. Acesso em: 10 maio 2013.

CAMPOS, Maria Luiza de Almeida. **Linguagem documentária**: teorias que fundamentam sua elaboração. Niterói, RJ: Ed.UFF, 2001.

CARNEIRO, Marília Vidigal. Diretrizes para uma política de indexação. **Revista de Escola de Biblioteconomia da UFMG**, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, 1985.

CCSDS. **Reference model for an open archival information system (OAIS)**, [S.l.]. Disponível em: <<http://public.ccsds.org/publications/archive/650x0m2.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2013.

CENDÓN, Beatriz Valadares. Bases de dados de informação para negócios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, ago. 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652002000200004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 12 maio, 2013.

CORREA, Roberto. **O atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2009.

CPBA. **Administração de emergências**. Rio de Janeiro: Projeto Conservação Preventiva em Bibliotecas e Arquivos, 2001. Disponível em: <http://www.arqsp.org.br/cpba/cadtec/cadtec_20-25.htm>. Acesso em: 12 maio, 2013.

CUNHA, Murilo Bastos da. Das bibliotecas convencionais às digitais: diferenças e convergências. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362008000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 maio, 2013.

CUNHA, Murilo Bastos da. Desafios na construção de uma biblioteca digital. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 3, 1999. Disponível em: <<http://ref.scielo.org/hn63nf>>. Acesso em: 15 set. 2013.

Dublin Core Metadata Initiative. **Dublin Core Qualifiers** [S.l.]. 2000. Disponível em: <<http://dublincore.org/documents/2000/07/11/dcmes-qualifiers/>>. Acesso em: 15 set. 2013.

DZIEKANIAK, Gisele Vasconcelos. A organização da informação e a comunicação científica: implicações para os profissionais e usuários da informação. **Em questão**, Porto Alegre, v. 16, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/11434>>. Acesso em: 10 maio, 2013.

FERREIRA, Miguel. **Introdução à Preservação Digital: Conceitos, estratégias e actuais consensos**. Guimarães, Portugal: Escola de Engenharia da Universidade do Minho, 2006. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5820/1/livro.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2013.

HOCKX-YU, Helen. Digital preservation in the context of institutional repositories. **Program: electronic library and information systems**, London , v. 40, n. 3, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0033-0337&volume=40&issue=3&articleid=1563488&show=html>>. Acesso em: 15 set. 2013.

HOLDSWORTH, David. **DCC curation manual: preservation strategies for digital libraries**, [S.l.], 2007. Disponível em: <www.dcc.ac.uk/sites/default/files/documents/resource/curation-manual/chapters/preservation-strategies/preservation-strategies.pdf>. Acesso em: 15 set. 2013.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1998.

LANCASTER, Frederick Wilfrid. **Indexação e resumos: teoria e prática**. Brasília: Briquet de Lemos, 1993.

LAVOIE, Brian. **Open archival information system reference model: introductory guide**. OCLC Online Computer Library Center, 2004. Disponível em: <http://dpconline.org/docs/lavoie_OAIS.pdf>. Acesso em: 15 set. 2013.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em Publicidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

MCMEEKIN, Sharon. With a Little Help from OAIS: Starting down the Digital Curation Path. **Journal of the Society of Archivists**, London, v. 32, n. 2, 2011. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=69700541&lang=pt-br&site=ehost-live>>. Acesso em: 15 set. 2013

MACIEL, Alba Costa; MENDONÇA, Marília Alvarenga Rocha. **Bibliotecas como organizações**. Rio de Janeiro; Interciência; 2006.

MALANGA, Eugenio. **Publicidade: uma introdução**. São Paulo: Atlas, 1987.

NARDINO, Anelise Tolotti Dias; CAREGNATO, Sônia Elisa. O futuro dos livros do passado. **Em Questão**, Porto Alegre, v.11, n.2, 2005. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/126/84>>. Acesso em: 26 set. 2013.

OPEN ARCHIVES INITIATIVE. **The open archives initiative protocol for metadata harvesting**. [S.l.]: 2013. Disponível em< <http://www.openarchives.org/OAI/openarchivesprotocol.html>>. Acesso em: 20 set. 2013.

PÚBLIO, Marcelo Abilio. **Como planejar e executar uma campanha de propaganda**. São Paulo: Atlas, 2008.

RUBI, Milena Polsinelli; FUJITA, Mariângela Spotti Lopes. Elementos de política de indexação em manuais de indexação de sistemas de informação especializados. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 8, n. 1, 2003. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/375/193>>. Acesso em: 30 maio, 2013.

SANTOS, Gilmar. **Princípios de Publicidade**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

SARAMAGO, Maria de Lurdes. Metadados para preservação digital e aplicação do modelo OAIS. **Actas do congresso nacional de bibliotecários, arquivistas e documentalistas**, [S.l.], n. 8, 2004. Disponível em: <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/640>>. Acesso em: 30 maio, 2013.

SPENCE, Jaqueline. Preserving the cultural heritage: An investigation into the feasibility of the OAIS model for application in small organisations. **Aslib Proceedings**, London, v. 58, n. 6, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0001-253X&volume=58&issue=6&articleid=1581938&show=html&PHPSESSID=edrgg7jtp85mcuf23of0huv826>>. Acesso em: 12 set. 2013.

THOMAZ, Katia de Padua. **A preservação de documentos eletrônicos de caráter arquivístico: novos desafios, velhos problemas**. Tese (doutorado em Ciência da Informação)-Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/VALA-68ZRKF/doutorado_katia_de_padua_thomaz.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 set. 2013.

THOMAZ, Kátia de Padua; SOARES, Antonio José. A preservação digital e o modelo de referência Open Archival Information System (OAIS). **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, 2004. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/fev04/Art_01.htm>. Acesso em: 26 set. 2013.

WOODLEY, Mary. **DCMI Glossary**. [S.l.], 2005. Disponível em: <<http://dublincore.org/documents/usageguide/glossary.shtml#O>>. Acesso em: 12 set. 2013.

GLOSSÁRIO

Para o tema, foram consultados textos da área de Publicidade, Propaganda e modelo de referência OAIS. As informações obtidas resultaram na composição das definições desse glossário. O glossário está estruturado em ordem alfabética crescente (A/Z), as entradas principais se encontram destacadas em negrito, enquanto as definições foram grafadas sem nenhum destaque, todos separados de sua definição por um hífen. Para a relação que remete do não-descritor para o descritor foi utilizado o termo “ver”, remetendo assim a outro termo com a sua definição.

Acordo de ordem- Um pedido que é gerado por um consumidor para obter informações do OAIS. *****

Anúncio classificado- divulgação de produtos ou serviços em seções especializadas de jornais e revistas. Tem como principal característica seu pequeno tamanho e ausência de ilustração . O.D. Anúncio em jornal ; O.D. Anúncio em revista. *****

Anúncio em jornal ver **Anúncio classificado**.

Anúncio em revista ver **Anúncio classificado**.

Archival Information Package- Um pacote de informação, que consiste no conteúdo informação e preservação associada ao Preservation Description Package (PDI), que é preservada dentro de um OAIS. *****

Bandeirolas- pequenas peças de pano ou papel, de vários formatos (predomina o triangular), impresso de um ou de ambos lados, que, penduradas em um fio, ornamentam estabelecimentos comerciais em ocasiões festivas e nas promoções de vendas.*

Banner- pôster gigante, confeccionado em papel brilhante, pano (lonita) ou em

plástico. Normalmente produzido em plotter ou em serigrafia. É material promocional usado em ponto-de-venda.*

Bluetooth- protocolo que permite a conexão a curta distância, (10 m) sem fios ou cabos, entre aparelhos eletrônicos (celulares, computadores, PADs e outros equipamentos para transmissão de voz e dados) e destes com Internet. ***

Cartaz- anúncio de dimensões variáveis, geralmente em cores, impresso de um só lado, em papel, papelão, pano ou outro material para exibição ao ar livre, e quase sempre colado em painéis, murais ou paredes, em via urbana ou rural. *

Dissemination Information Package (DIP)- Um pacote de informação, derivada de um ou mais AIP e enviado para o Consumidor. *****

Display- dispositivo para representação visual da informação através de palavras, números e gráficos. Qualquer elemento destinado a promover, apresentar, expor, demonstrar e ajudar a vender qualquer produto ou serviço, podendo ser colocado diretamente no solo, vitrine, balcão e gôndola. O.D. mostruário. **

Folder- impresso constituído de uma única folha impressa contendo uma ou mais dobras. **

Folheto- publicação geralmente com um máximo de 48 páginas, mais as capas. (ed)
- Peça de propaganda impressa, com dobras para mensagens de venda direta. p. 231.*

Infláveis- peças feitas de material plástico flexível e hermético que se pode encher de ar, onde pode ser impressas ou pintadas mensagens e /ou imagens. **

Infomercial- mensagem comercial para a TV, com longa duração, divulgando à exaustão os benefícios do produto que está sendo veiculado e suas vantagens. *****

Jingle- palavra publicitária originada da canção americana jingle Bells e que

identifica propaganda gravada que contém música e texto. Comercial musicado para rádio. **

Outdoor- designação genérica da propaganda feita ao ar livre, através de cartaz, painel, letreiro luminoso, parede pintada, etc. Empresas denominadas também de exibidoras. *

Merchandising- Ferramenta de comunicação de marketing utilizada no ponto de venda e em espaços editoriais (TV, mídia impressa, etc.) para reforçar mensagens publicitárias feitas anteriormente (ou mesmo em substituição à propaganda, em alguns casos). **

Mídia Indoor- Painéis, cartazes ou quaisquer materiais de divulgação de um produto ou serviço fixados dentro de estabelecimentos como metrô, ônibus. ** O.D. Mídia interior.

Mídia interior ver **Mídia Indoor**

MóBILE- peça publicitária usada em pontos-de-vendas, confeccionada em papelão e arame, e suspensa por fios, para movimentar-se ao vento. **

Mostruário ver **Display**

MP3- tecnologia que permite a compressão de arquivos sonoros, com qualidade digital, muito próxima de um CD. ***

MP4- Tecnologia que permite a compactação de dados digitais de vídeo e áudio, em 10% do tamanho do original, sem prejuízo da qualidade de som e imagem. ***

Ordem Ad hoc- Pedido que é gerado por um consumidor para obter informações do OAS, onde é indicado se as informações estão disponíveis para acesso.

Podcast- publicação online de ficheiros áudio. Utiliza protocolo RSS que permite

aos utilizadores subscreverem um feed que desencadeia um processo automático de descarregamento de ficheiros áudio no seu computador. *****

Pop-up- pequena janela que surge repentinamente na tela do monitor para exibir um determinado aspecto em particular que se quer destacar, uma propaganda ou outro link. *****

Preservation Description Information (PDI)- A informação necessária para preservação adequada da informação de conteúdo, classificado como: Proveniência, Referência Fixidez, Contexto e Informação Direitos de Acesso. *****

SMS- tecnologia que permite o envio de mensagens escritas, com um máximo de 160 caracteres, por meio de telefones celulares. ***

Spot- anúncio gravado, com voz e efeitos sonoros, mas sem música e canto como no jingle.*

Stopper- elemento publicitário que se sobressai perpendicularmente à prateleira ou gôndola. *****

Spot- Texto gravado em acetato para comercial. *****

Submission Information Package (SIP)- Pacote de informação que é entregue pelo Produtor ao OAIS para utilização na construção ou de atualização de uma ou mais AIP. *****

Texto-foguete- mensagem curta que é divulgada repetidas vezes em programas de rádio. ****

TV digital- nova tecnologia utilizada na transmissão de sinal de TV, que traz alta definição de imagem. *****

Vinheta - peça publicitária curta e que aparece durante uma programação. Pequena

ilustração que enfeita textos. *

OBRAS CONSULTADAS

*Fonte: Silva, Zander Campos. **Dicionário de marketing e propaganda**. São Paulo: Referênciã, 2000.

Fonte: RPS Publicidade. **Dicionário PRO&MKT. Disponível em: <<http://www.rpspublicidade.com.br/dicionario-propmkt/>>. Acesso em: 12 set. 2013.

***Fonte: Portal do Marketing. **Dicionário de Propaganda**. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/dicionario_de_propaganda/B.htm>. Acesso em: 12 set. 2013.

**** Fonte: **IDicionário Aulete**. Disponível em: <<http://aulete.uol.com.br/texto-foquete>>. Acesso em: 20 out. 2013.

***** MOREIRA, Júlio César Tavares. **Dicionário de termos de marketing**: definições, conceitos e palavras-chaves de marketing, propaganda, pesquisa, comercialização, comunicação e outras áreas correlatas a estas atividades. 4. ed. São Paulo : Atlas, 2008.

***** Fonte: AMARAL, Antônio; MELO, Rui. O MP3, os Podcasts e a rádio. **Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais**, n.3, 2006. Disponível em: <<http://ufpbdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/10284/589/1/45-56FCHS2006-6.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2013.

***** Fonte: CCSDS. **Reference model for an open archival information system (OAIS)**, [S.l.]. Disponível em: <<http://public.ccsds.org/publications/archive/650x0m2.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2013.

