

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
DEPARTAMENTO DE INFORMAÇÃO E CULTURA**

**RUBENS CAETANO DE BRITO**

**O Podcast como Recurso Informacional na Disseminação Seletiva da Informação:  
intersecções e duas propostas de aplicabilidade no contexto das bibliotecas**

São Paulo

2022

RUBENS CAETANO DE BRITO

**O Podcast como Recurso Informacional na Disseminação Seletiva da Informação:  
intersecções e duas propostas de aplicabilidade no contexto das bibliotecas**

Trabalho apresentado ao Departamento de  
Informação e Cultura da Escola de  
Comunicações e Artes da Universidade de São  
Paulo como requisito para a obtenção do grau de  
bacharel em Biblioteconomia

Orientadora: Profa. Dra. Vânia Mara Alves Lima

São Paulo  
2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação  
Serviço de Biblioteca e Documentação  
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo  
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

---

Brito, Rubens Caetano de

O Podcast como Recurso Informacional na Disseminação Seletiva da Informação: intersecções e duas propostas de aplicabilidade no contexto das bibliotecas / Rubens Caetano de Brito; orientadora, Vânia Mara Alves Lima. - São Paulo, 2022. 63 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Informação e Cultura / Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo. Bibliografia

1. Disseminação Seletiva da Informação. 2. Tratamento da Informação. 3. Recurso Informacional. 4. Podcast. 5. Bibliotecas. I. Lima, Vânia Mara Alves. II. Título.

CDD 21.ed. - 020

---

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

## AGRADECIMENTOS

As figuras aqui mencionadas são responsáveis, direta ou indiretamente e, queiram elas ou não, por acompanhar, participar ou influenciar, cada uma à sua maneira, o resultado desta monografia, tendo tornado seu processo de elaboração, desde o surgimento ainda abstrato da ideia até sua defesa formal em meados de dezembro deste ano, algo menos rígido e disperso, mais tranquilo e até mesmo divertido.

Meus agradecimentos a Victor Machado, quem apresentou o universo dos podcasts e incentivou seu consumo com uma misteriosa assertividade nas recomendações, crescentes ao longo dos anos e culminante no momento no qual o que era entretenimento se amalgamou com pesquisa acadêmica; Daniele Souza, que esteve presente em um período importante e contribuiu para a identificação e alteração de alguns de meus traços (nem todos organizacionais) e também para o ingresso na universidade; Milene Lee, por seu ânimo preguiçoso e ainda assim contagiante, as conversas aleatórias e as referências orientais que trouxe durante a companhia surgida já nos primeiros meses da graduação; Amanda Batista, surgida com os cabelos coloridos para mudar a tonalidade e acompanhar os anos de minha graduação, ouvindo repetidamente sobre as ideias, artigos e tudo mais que tais anos exigiram, participando insubstituivelmente para a vida fora da academia e prevalecendo até que estrela se torne; Isabela Fernandes, pelo laço quase que por acaso, durante um ocaso, que atou (o) nós para além dos quilômetros da distância geográfica, pontilhados pela admiração crescente e a vontade de permanecer por perto; Ignez Gomes, por tornar os dias de trabalho mais felizes, o trânsito entre os rotineiros pontos da cidade menos demorados e por, curiosamente, reanimar a criaturinha social que fazia uns anos hibernava nos confins da minha personalidade, sendo uma ótima companhia.

Agradeço também aos docentes da Escola de Comunicações e Artes: Vânia Lima, pela confiança e orientação que surgiu como pesquisa de Iniciação Científica tardia e logo foi atada e expandida a esta monografia; Marcelo Santos, membro da banca avaliadora desta monografia e professor que acompanhou a maturação de seu tema ao longo de um ano durante as disciplinas obrigatórias da grade; e, não menos importante, Marivalde Francelin, por ser um exemplo de professor e de pessoa, bem como por completar a banca avaliadora deste trabalho.

*Information and knowledge:  
two currencies that have never gone out of style*  
GAIMAN (2001, p. 19)

## **RESUMO**

Procura compreender a concepção, o decurso histórico, as influências tecnológicas, as características e dinâmicas da Disseminação Seletiva da Informação, enquanto um serviço, e do podcast, enquanto um produto sonoro e comunicacional inerente à Internet. Desta forma, atende-se ao objetivo de descrever as intersecções existentes entre ambos, justificando o incorporar do podcast enquanto Recurso Informacional no processo de Disseminação Seletiva da Informação e indicando duas potenciais aplicações no contexto contemporâneo das Bibliotecas através da atuação bibliotecária. Para tanto, assume natureza de pesquisa bibliográfica e de cunho qualitativo como método, realizada através de fontes no eixo da Biblioteconomia, Ciência da Informação e Comunicação. Conclui que a Disseminação Seletiva da Informação, apesar de conservar mais de cinquenta anos e apresentar modificações significativas em decorrência do advento da Internet, preserva uma base sólida quanto ao processamento e difusão de informações personalizadas, e que o podcast, enquanto um documento sonoro dotado de múltiplas camadas informacionais, pode ser representado, apresentado e disseminado como um Recurso Informacional pelo bibliotecário, bem como por ele pode ser produzido em prol dos usuários de sua unidade de atuação e da própria atualização quanto às competências comunicativas e tecnológicas da profissão.

Palavras-chave: Bibliotecas. Disseminação Seletiva da Informação (DSI). Podcast. Recurso Informacional.

## **ABSTRACT**

It seeks to understand the conception, the historical course, the technological influences, the characteristics and dynamics of the Selective Dissemination of Information, as a service, and of the podcast, as a communicational product inherent to the Internet. The objective is to describe the intersections between both, justifying the incorporation of the podcast as an Informational Resource in the process of Selective Dissemination of Information, and indicate its applicability in the contemporary context of Libraries and the librarian work. Therefore, it assumes the nature of a bibliographical and qualitative research as a method, through sources in Librarianship, Information Science and Communication. It concludes that the Selective Dissemination of Information, despite preserving more than fifty years and presenting significant changes as a result of the advent of the Internet, preserves a solid base regarding the processing and dissemination of personalized information, and that the podcast, as a sound document endowed with multiple informational layers, can be represented, presented and disseminated as an Informational Resource by the librarian, as well as it can be produced by him, in favor of the users of his unit and of his own updating regarding the communicative and technological competences of the profession.

**Keywords:** Libraries. Selective Dissemination of Information (DSI). Podcast. Informational Resource.

## LISTA DA QUADROS

Quadro 1 - Descrição dos elementos constituintes de qualquer sistema de DSI.....	18
Quadro 2 - Comparativo entre perfis de consumo de podcasts em 2018 e 2019 .....	37
Quadro 3 - Perfil e dinâmica de produção de podcasts no Brasil.....	39
Quadro 4 - Etapas na produção de um podcast .....	44
Quadro 5 - Etapas na captação de um podcast .....	47
Quadro 6 - Etapas na edição de um podcast.....	48
Quadro 7 - Etapa de hospedagem e distribuição de um podcast .....	49



## LISTA DE SIGLAS

ARPANET – Advanced Research Projects Agency Network

CDD – Classificação Decimal de Dewey

DSI – Disseminação Seletiva da Informação

IBM – International Business Machines

TICs – Tecnologia da Informação e Comunicação

RSS – Really Simple Syndication; Rich Site Summary; RDF Site Summary

SRI – Sistema de Recuperação da Informação

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Hipótese e justificativa .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Objetivos .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Metodologia .....</b>	<b>12</b>
<b>2. A DISSEMINAÇÃO SELETIVA DA INFORMAÇÃO (DSI) .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Elementos constituintes e execução do serviço de DSI.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2 As três etapas evolutivas da DSI .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Aderência no Brasil.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4 Planejamento e gerenciamento de um serviço de DSI .....</b>	<b>27</b>
<b>3. O PODCAST.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Herança radiofônica.....</b>	<b>31</b>
<b>3.2 Decurso histórico e tecnológico .....</b>	<b>32</b>
<b>3.3 O podcast no Brasil: perfil de consumo e de produção.....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Características do podcast.....</b>	<b>40</b>
<b>3.5 A questão da produção .....</b>	<b>43</b>
<b>4. INTERSECÇÕES ENTRE O PODCAST E A DSI .....</b>	<b>51</b>
<b>4.1 Aplicabilidade do podcast como Recurso Informacional no contexto das bibliotecas..</b>	<b>54</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>58</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>60</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No ínterim de seus dezoito anos de existência, o podcast ultrapassou a intencionalidade amadora de um indivíduo ou de um coletivo, quanto a gravar comentários sobre determinado assunto ou sobre acontecimentos de suas rotinas e publicá-los em formato de áudio na Internet, e passou a ser adotado e explorado por diferentes agentes e gêneros, desde a emissora tradicional de rádio com a transmissão de uma reportagem de outrora em um novo formato e os veículos jornalísticos consolidados noticiando as manchetes do dia em poucos minutos, passando pelas editoras de livros em diálogo com seus autores sobre suas obras e as novidades por vir e pelos pesquisadores acadêmicos divulgando resultados de seus trabalhos em determinadas áreas da Ciência, até os programas narrativos de ficção com roteiros originais patrocinados por plataformas de streaming, aqueles que entrevistam uma gama de figuras públicas ou emergentes de determinado contexto e também aqueles lançados por equipamentos culturais como Teatros, Museus e Bibliotecas, demonstrando assim não apenas a potencialidade, versatilidade e flexibilidade do podcast, como também o espaço que ele foi conquistando ao longo dos anos.

Como um curioso consumidor e entusiasta no que diz respeito ao podcast e seu processo de realização, eis que me deparo, em meados de 2019, com programas como o “CImplifica”, “Além das Estantes”, “Deixa que eu te conto”, “Farol: conexões da informação” e o “IbictCast”, que compartilham entre si o envolvimento de discentes, pesquisadores ou profissionais atuantes da Biblioteconomia e da Ciência da Informação em sua produção. Estes programas, junto ao isolamento social decorrente da COVID-19, no primeiro trimestre de 2020, e a restrição do aprendizado, fruição cultural e entretenimento à modalidade virtual, ocasionou na pergunta que originou uma pesquisa de Iniciação Científica: as Bibliotecas brasileiras, no contexto pandêmico, articularam-se às possibilidades oferecidas pelo podcast para manter contato com seu público ao tempo que oferecia a ele um novo produto informacional? A afirmativa em resposta a esta dúvida norteadora, impulsionada pelo quadro que já se formava quanto ao eixo de pesquisa, acabou por influenciar a presente monografia, cuja hipótese e os objetivos são apresentados a seguir.

### 1.1 Hipótese e justificativa

Um Recurso Informacional, para a Biblioteconomia, é sinônimo de Fonte de Informação, a qual está inserida em determinado suporte, físico ou digital, e que varia quanto à natureza de seu conteúdo, a origem de sua produção e seu uso. Decorre desta constatação a hipótese de que o podcast, por seu alcance, difusão e aderência perante o público, pelas discussões que levanta ao abordar determinados assuntos, as novas ideias que gera e a facilidade quanto ao acesso, detém potencial para ser tomado como uma Fonte de Informação inerente ao suporte digital e caracteristicamente sonoro. Já a problemática que acompanha esta hipótese está circunscrita à aplicabilidade do podcast enquanto um Recurso Informacional no contexto das Bibliotecas, e por isso, recebe o apoio de um conceito clássico da Biblioteconomia, com o qual compartilha alguns elementos e encontra uma via para sua distribuição seletiva e a aproximação com a Biblioteconomia, além de propor a ideia de inovação e aquisição de novas competências aos bibliotecários enquanto importantes agentes da Informação.

Steve Thomas, em um artigo para a *Library Technology Reports* (2019), afirma que a Biblioteca e o podcast são iguais culpados por encher o mundo de histórias e promover aberturas quanto à curiosidade, a criatividade e a aquisição de novos conhecimentos. E assim como a explosão bibliográfica aconteceu às Bibliotecas e outras unidades e Centros de Informação, hoje vivemos uma onda de explosão de podcasts, sendo fácil a tarefa de encontrar pelo menos um que capture nossa atenção e transmita uma nova informação acerca de um tema interessante durante seus minutos de duração. Esse crescimento no volume dos episódios sonoros é outro fator que remete à Disseminação Seletiva da Informação, tendo em vista seu controle e a orientação personalizada e objetiva a uma clientela específica, e que justifica a presente investigação, assim como a necessidade na atuação profissional dos bibliotecários em conhecer as novas tecnologias disponíveis em prol de sua unidade atuante, o tratamento e divulgação de novos suportes informacionais e seu conteúdo e o aprimoramento ou renovação de técnicas e de sistemas já reconhecidos.

No mais, a presente pesquisa assume caráter preambular dentre as múltiplas outras que podem ser exploradas pela Biblioteconomia e a Ciência da Informação, já que o podcast, apesar de sua crescente progressão no país desde 2018, ainda é um objeto recente para ambas as áreas.

## 1.2 Objetivos

Como objetivo geral, buscou-se conceituar e descrever o decurso histórico e as características da Disseminação Seletiva da Informação e do podcast, assim como buscou-se indicar algumas competências bibliotecárias e justificar a adesão do podcast, enquanto um produto comunicacional flexível, atendendo a prescrições da profissão. Já como objetivo específico, esta investigação pleiteia descrever as intersecções existentes entre o podcast e o conceito de Disseminação Seletiva da Informação, demonstrando os pontos que se aproximam entre ambos e evidenciando como o primeiro, enquanto objeto, possui potencial para ser incorporado como um Recurso Informacional para as Biblioteca através de elementos do segundo e seu processo.

Isto posto, a estrutura deste trabalho é composta por um capítulo responsável para conceituar e descrever o desenvolvimento histórico e tecnológico, os elementos constituintes, a aderência no Brasil e o planejamento e gerenciamento de um serviço de Disseminação Seletiva da Informação, seguido por um capítulo de igual função quanto ao conceito, a herança radiofônica e o decurso histórico do podcast, bem como o perfil de consumo e de produção no Brasil, suas características inerentes e as etapas para a criação de um programa sonoro, e um terceiro capítulo que, por sua vez, relaciona e revela as intersecções identificadas entre a Disseminação Seletiva da Informação e o podcast, justificando-o como um Recurso Informacional no âmbito das Bibliotecas e propondo duas possibilidades quanto a seu incorporar.

## 1.3 Metodologia

Como método, esta investigação adotou a pesquisa bibliográfica de abordagem qualitativa, a qual, para Severino (2007, p. 122)

[...] é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos dos textos.

A busca, efetivamente, se deu em dois focos: o primeiro, voltado para a reunião de material teórico relacionado ao conceito de Disseminação Seletiva da Informação, ocorreu através de seis bases de dados – a BRAPCI, o Repositório do Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação (ENANCIB), a SciELO, o Portal de Periódicos da

CAPES, a Busca Integrada da Universidade de São Paulo e o Repositório da Produção Científica do CRUESP –, com o uso dos termos “Disseminação Seletiva da Informação”, “DSI”, “Bibliotec\*” e “Podcast\*”, todos associados com o operador *AND*, enquanto o segundo, voltado ao podcast, teve o acréscimo de duas bases às já mencionadas – o Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação, repositório da produção científica da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), e o Portal de Revistas da Universidade de São Paulo –, com o uso dos termos “podcast\*” e “mídia sonora”, delimitados entre os anos de 2004 e 2022. A escolha destas bases se deu devido à dimensão de cada uma, a pertinência quanto aos eixos temáticos diante do tema deste trabalho e a familiaridade com as mesmas, assim como optou-se por truncar (\*) dois termos para ampliar os resultados resgatados.

## 2. A DISSEMINAÇÃO SELETIVA DA INFORMAÇÃO (DSI)

O conceito de Disseminação Seletiva da Informação<sup>1</sup> surgiu há pelo menos seis décadas e, em um primeiro momento, dada sua nomenclatura, oferece uma simples e intuitiva apreensão quanto à definição: transmitir informações selecionadas a um determinado eixo ou indivíduo inserido em uma categoria específica e distinta de público-alvo. Já o processo para tanto, envolvendo a implementação, funcionamento e manutenção não é tão intuitivo e depende de uma série de etapas e decisões a serem desenvolvidas pela unidade proponente, cujo contexto e o perfil do público influenciam nos objetivos a serem traçados. Da mesma maneira, avanços operacionais e tecnológicos ao longo destes anos todos influenciaram e modificaram o processo de Disseminação Seletiva da Informação, cujos aspectos fundamentais perseveraram. Mas antes de descrevê-los, faz-se necessário cruzar as definições e suas características identificadas na literatura teórica, ampliando e melhor delineando o conceito e seu panorama histórico.

Longo (1978), Nocetti (1980), Nastri (1986) e Sampaio e Moreschi (1990) concordam que a Disseminação Seletiva da Informação se refere a um desdobramento automatizado das atividades do Serviço de Referência, o qual é uma prática clássica nas Bibliotecas. Matias, Affonso e Oliveira (2019) apontam que esta prática surgiu nas Bibliotecas norte-americanas no final do século XIX, em decorrência do uso da Classificação Decimal de Dewey (CDD) para organizar o acervo e da figura do bibliotecário como agente que conecta e auxilia o usuário na busca, identificação e recuperação da Informação. Ainda segundo estes autores, o Serviço de Referência conserva notada importância por seu caráter humano, pela promoção da interação e da relação entre o usuário e a equipe da biblioteca e pela necessidade que ainda detém diante da adaptação e das alterações que o ambiente virtual e os avanços tecnológicos causaram no processo de armazenamento e aquisição da Informação.

Lima (1978) e Longo (1978) afirmam que, anterior à automatização das atividades no Serviço de Referência, métodos considerados convencionais de disseminação já eram exercidos por Bibliotecas especializadas, os quais são chamados por Nastri (1986) de “Serviços de Alerta ao Usuário” e categorizados por Matias, Affonso e Oliveira (2019) em dois tipos: os serviços de alerta, propriamente, cujo foco compreende a divulgação e disponibilização do que é novo na unidade, seja em relação aos Recursos Informativos, serviços ou eventos internos ou externos; e a disseminação, a qual direciona mais

---

<sup>1</sup> Abreviado como DSI no Brasil, cuja equivalência em inglês é SDI – *Selective Dissemination of Information*.

seletivamente informações que correspondem a determinados interesses dos usuários. Na disseminação, os alertas podem variar entre circulação e disponibilidade de periódicos entre unidades, fotocópias de sumários de revistas, bibliografias consideradas relevantes e boletins de resumos e índices, com a intenção de atualizar e chamar a atenção dos usuários, além de contornar quaisquer dificuldades que pudessem ter com os catálogos em fichas (SAMPAIO; MORESCHI, 1990). E para que essa dinâmica fosse possível, o número de usuários era reduzido a figuras já familiares aos bibliotecários, os quais, inclusive, propunham a elaboração de um fichário para melhor reunir e organizar os materiais disseminados, executando todo esse fluxo de maneira manual (LONGO, 1978).

Lima (1978), Nocetti (1980), Nastri (1986) e Eirão e Cunha (2012) expressam concordância ao atribuir ao alemão Hans Peter Luhn (1896-1964) a responsabilidade pela idealização do que viria a ser a Disseminação Seletiva da Informação, discordando quanto ao ano em que isso ocorreu: estes autores citam períodos no intervalo de 1958 e 1960 (apesar disso, com base no registro da primeira implementação de um Serviço de DSI, é provável que tal idealização tenha ocorrido em 1958). Luhn, como pesquisador e cientista da computação na *International Business Machines* (IBM), imaginou um sistema que fosse capaz de responder às limitações manuais para a aquisição e o uso real da Informação diante de sua multiplicação no contexto Científico, Tecnológico e Organizacional daquela época, sendo capaz de ordenar e acelerar seu processamento com o uso de computadores e minimizar os esforços dos pesquisadores em suas buscas, canalizando a eles, de maneira corrente e mecanizada, itens oriundos de diversas fontes (LIMA, 1978; NOCETTI, 1980; NASTRI, 1986; EIRÃO; CUNHA, 2012). Tal canalização exigia uma série de componentes e premissas fundamentais que ainda hoje são comuns a qualquer serviço de Disseminação Seletiva da Informação – estes elementos estão descritos na subseção 2.1.

Entre 1959 e 1960, a IBM de Yorktown, nos Estados Unidos, implementou o primeiro Serviço de Disseminação Seletiva da Informação conforme prescrito por Luhn. Como um sistema, funcionava sob responsabilidade de um grupo de pessoas que processavam os dados através do computador e utilizavam máquinas de cartões e máquinas de fotocópias para gerar os Pacotes Informacionais (reunião de referências bibliográficas) a serem disseminados para cerca de 30 usuários (HENSLEY, 1963 *apud* EIRÃO; CUNHA, 2012). Luhn sugeria que a Disseminação Seletiva da Informação que concebeu detinha o potencial para ser ampliada e atender consulentes de múltiplas agências, setores da Ciência, da Indústria e de Organizações Governamentais, minimizando custos antes voltados para o processamento manual dos serviços convencionais de alerta e aproveitando a oferta de computadores



disponíveis para mecanizar todo processo. Como resultado assertivo desta sugestão, já em 1961 havia ampla documentação sobre discussões locais de implementação de serviços de Disseminação Seletiva da Informação e ocorrências de sua integração inovadora a outras áreas do conhecimento e ambientes (como as Bibliotecas especializadas), responsáveis por repercutir, adaptar e instrumentalizar o conceito no atendimento aos usuários, tornando as décadas de 1960 e 1970, especialmente nos Estados Unidos, Canadá e Europa, períodos prolíficos quanto a publicações e trabalhos relacionados à estruturação do serviço de Disseminação Seletiva da Informação, fosse ele manual ou automático (NOCETTI, 1980; EIRÃO; CUNHA, 2012; NASTRI, 1986).

Outros dois fatores contribuíram diretamente para a repercussão da Disseminação Seletiva da Informação: o advento da Internet e o desenvolvimento dos Sistemas de Recuperação da Informação (SRI).

Surgida através da *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET) nos Estados Unidos da década de 1960 e para fins militares, a Internet tornou-se comercial a partir da década de 1980 e modificou intensamente a experiência quanto à interconexão, o acesso e tratamento da Informação, bem como a interação e produção de conteúdo entre seus usuários. Os Sistemas de Recuperação da Informação, por sua vez, eram responsáveis pelo armazenamento, gerenciamento e a recuperação de informações, englobando seus aspectos descritivos e as especificidades em sua operação, a qual ocorria de maneira isolada e delimitada a acervos locais ou coleções individuais, sem integração com outros sistemas (LEHMKUL; ALVORCEM, 2011; SOUTO, 2010).

Com o uso da Internet, os Sistemas de Recuperação da Informação foram desenvolvidos e ampliados, originando os catálogos e bases de dados científicas online, as bibliotecas digitais e promovendo vínculos a sites e outros portais complementares, assim como à própria Disseminação Seletiva da Informação, a qual, neste contexto, foi igualmente ampliada em seus objetivos quanto à automatização, o uso de diferentes Recursos Informacionais, em idiomas variados, e de servidores de informações, além da alteração em sua operacionalização e dinâmica, principalmente por conta do surgimento do RSS (CUNHA; CAVALCANTI, 2008; SOUTO, 2010) – a evolução dos seus serviços manuais até este ponto e a influência do RSS são delineadas a partir de três etapas na subseção 2.2.

Dado este panorama histórico e conforme a literatura reunida, a Disseminação Seletiva da Informação pode ser caracterizada como um sistema que condensa, identifica e subsidia tipos específicos de informações como resposta a demandas ou necessidades particulares dos usuários e diante de um assunto, conceito ou conjunto de referências,

atualizando-os de maneira organizada, periódica e personalizada através da elaboração de Pacotes Informacionais que podem ser compostos a partir de diferentes suportes e formatos, bem como podem ser gerados por meio da ação humana, automatizada ou em combinação de ambas. E embora possa atender a uma variedade destes usuários, um sistema de Disseminação Seletiva da Informação não detém a capacidade de satisfazer todas as exigências que podem ser requeridas por eles, ou seja, não substitui outros serviços de notificação ou recuperação da Informação, mas os complementa e a eles remete de acordo com a eficiência dos proponentes em seu fluxo, o qual também depende dos autores da Informação levantada, da combinação entre ela e o que foi solicitado, do tratamento dado a ela e de sua maneira de encaminhamento e acesso, as estratégias de divulgação do sistema e a compreensão quanto a seu uso e, não menos importante, os próprios usuários (LONGO, 1978; LIMA, 1978; NOCETTI, 1980; NASTRI, 1986; SAMPAIO; MORESCHI, 1990; MORAIS; SOUZA, 2019; SOUTO, 2010)

### **2.1 Elementos constituintes e execução do serviço de DSI**

Um sistema é definido pelo conjunto de unidades ou de elementos que são inter-relacionados de maneira lógica em seu interior, sendo o exterior existente através de um suporte físico material ou a partir de programas em um computador, e que visa guiar procedimentos manuais ou automatizados e executar tarefas de acordo com sua estruturação, capacidades e limitações, com aberturas para modificações futuras e para a documentação (CUNHA; CAVALCANTI, 2008). Sendo assim, a Disseminação Seletiva da Informação, enquanto um sistema, permite alterações e adaptações em prol dos objetivos específicos de seus proponentes e de seu contexto de uso. Apesar disso, conforme Souto (2010), Longo (1978), Nocetti (1980), Lima (1978) e Nastri (1986) afirmam, sete são os elementos comuns diante das diferenças de operação e produção dos sistemas de Disseminação Seletiva da Informação: (1) a elaboração e o armazenamento dos perfis de interesses dos usuários, (2) os Recursos Informacionais, (3) o selecionador destes Recursos Informacionais, (4) a busca, combinação e análise entre os documentos e os perfis, (5) os Pacotes Informacionais, (6) a expedição ao usuário e (7) a retroalimentação. Cada um destes elementos constituintes é descrito no quadro a seguir.

**Quadro 1** - Descrição dos elementos constituintes de qualquer sistema de DSI (continua)

<b>(1) Elaboração e armazenamento dos perfis de interesse dos usuários</b>	Os interesses e as necessidades informacionais de um usuário ou de um grupo de usuários são reunidos e estruturados em perfis correspondentes e contextualizados, ou seja, são perfis formados não apenas pelos dados básicos destes usuários, como também por um conjunto de indicadores ou descritores que representam seus interesses, seja a partir de um conceito, palavra-chave, autoria e assim por diante. Tais perfis devem ser armazenados em um suporte, seja ele físico, legível por computador ou através de softwares, que os preserve e permita alterações futuras. Quanto mais completo e detalhado é um perfil, mais eficiente tende a ser a disseminação a ele.
<b>(2) Recursos Informacionais</b>	Refere-se às Fontes de Informação que serão utilizadas para a busca e recuperação dos documentos. Podem ser primárias, secundárias ou terciárias e variar entre suas tipologias e suportes, sempre dependendo da disponibilidade e modos de acesso.
<b>(3) Seleccionador de Recursos Informacionais</b>	Pode ser distinguido entre o seleccionador manual, o automatizado e híbrido. O primeiro é mais viável para o atendimento de necessidades de um grupo ou coletivo, com maior interferência e manuseio humano e por isso com menos chances de equívocos na seleção e combinação, embora apresente uma dinâmica mais trabalhosa e lenta; já o segundo, para perfis individuais de usuários, sendo mais veloz e eficiente na combinação destes perfis com os documentos - embora seja passível de erros devido ao emprego e correspondência da linguagem utilizada para a busca e aquela que representa o conteúdo do documento - e a consecutiva distribuição periódica que pode ser programada. A execução da modalidade manual e automatizada ocasiona na modalidade híbrida.
<b>(4) Busca, combinação e análise entre os documentos e os perfis</b>	A busca pode ser realizada em bases de dados, catálogos, páginas de bibliotecas digitais e demais sistemas que armazenem e permitam a recuperação da informação. São utilizados como termos nesta busca os descritores ou indicadores contidos nos perfis de interesse dos usuários, orientando assim a seleção dos documentos pertinentes e que pode ser automatizada ou manual. Em ambas as circunstâncias, faz-se necessário um pareamento de linguagem entre o termo buscado e aquele que pode ser resgatado no sistema em uso, utilizando-se tanto de estratégias na pesquisa (como os operadores booleanos e a truncagem) quanto do apoio em vocabulários controlados e outras estruturas terminológicas, caso disponíveis. Desta forma, a combinação entre os documentos recuperados e a solicitação expressa nos perfis de interesse é realizada de acordo com a correspondência dos termos, cabendo analisar possíveis discrepâncias ou ruídos antes do preparo do Pacote Informacional, avaliando as estratégias utilizadas e reformulando-as de acordo com os resultados obtidos.

**Quadro 1** - Descrição dos elementos constituintes de qualquer sistema de DSI (conclusão)

<b>(5) Pacotes Informacionais</b>	Trata-se da representação parcial da informação que resultou entre a combinação dos documentos recuperados com a solicitação de interesse do perfil, podendo ser estruturado com campos ou não; um produto que foi analisado e que reúne referências potencialmente úteis aos usuários, as quais podem assumir diferentes formatos e suportes. O usuário seleciona quais documentos no Pacote lhe são úteis e solicita a expedição. Com o contexto digital, os Pacotes Informacionais podem ser compostos por documentos completos ou por <i>links</i> para seu acesso.
<b>(6) Expedição ao usuário</b>	O envio daquilo que foi solicitado e selecionado pelo usuário. Depende do tipo, acesso e manuseio possível do documento, o qual pode ter cópias enviadas (seja por meio eletrônico ou impresso), reserva para a consulta pessoalmente, indicação do <i>link</i> para a leitura e entre outras possibilidades. Faz-se necessário atentar para questões que envolvem a disponibilidade do material em um acervo próprio ou a sinalização de que é acessível em outra instituição e um meio para contatá-la, a codificação que representa a localização do item, a disponibilidade em outros idiomas, formatos e suportes, para assim tornar o serviço de disseminar mais completo e atraente.
<b>(7) Retroalimentação</b>	Recebido o Pacote Informacional, cabe ao usuário avaliar o serviço que lhe foi prestado, expressando ao sistema de disseminação suas críticas, sugestões ou satisfação, e cabe aos responsáveis pelo envio do Pacote Informacional incentivar o usuário nesta dinâmica, já que é através dela que se torna possível ajustar os perfis, promover manutenções ou adaptar a dinâmica do serviço.

**Fonte:** adaptado a partir de Souto (2010), Longo (1978), Nocetti (1980), Lima (1978) e Nastri (1986)

Cada um destes elementos detém particularidades quanto ao modo de operar e de compor o sistema. A elaboração dos perfis de interesses dos usuários, por exemplo, deve ser preliminarmente iniciada com orientações sobre a dinâmica e os objetivos do sistema, sua cobertura informacional, o acesso aos recursos disponíveis e as limitações e vantagens na utilização (NOCETTI, 1980). Ao estar minimamente introduzido, a tendência é de que o usuário interaja mais fácil e objetivamente com o sistema e seus intermediários, em uma experiência mais proveitosa.

Os Recursos Informacionais, por sua vez, são responsáveis pela oferta inicial e pelo subsídio dos documentos disponíveis, que podem ser de cunho Científico, Técnico, aberto, informal e assim por diante, a partir de suportes como bases de dados, livros, periódicos, material interno produzido pela unidade proponente, entrevistas em vídeo, personalidades especialistas ou com determinado domínio sobre certo assunto e entre outros.

A seleção destes Recursos Informacionais, conforme indicado anteriormente no quadro, pode ocorrer através da ação humana ou do uso de computadores e softwares próprios, influenciando diretamente na busca e combinação dos documentos recuperados e o que os perfis solicitam, tendo em vista a estratégia de busca e os acréscimos a fim de expandir ou delimitar os resultados, a exaustividade e precisão da análise diante deles, a identificação e correção de equívocos durante e depois de sua realização e os custos e o tempo gasto para um e para o outro caso.

Seja pela ação humana ou computadorizada, os Pacotes Informacionais resultam e podem assumir diferentes formatos, como fichas, listas, índices e os principais dados bibliográficos do documento, em diferentes suportes, como uma mensagem de e-mail, um canal mensageiro e instantâneo, uma página na Web ou folhas impressas e fichas simples. O que importa é que estes Pacotes sejam expedidos e úteis aos usuários solicitantes, assim como o acesso ao que foi solicitado e os critérios para a retroalimentação através de um formulário online ou impresso, uma enquete para classificação numérica ou até mesmo um diálogo em tempo real, para citar alguns exemplos.

Diante do exposto, nota-se que a comunicação estabelecida entre usuário-intermediário-sistema e a ciência quanto à particularidade e funcionalidade de cada elemento que compõe o sistema são essenciais para que um serviço de Disseminação Seletiva da Informação mantenha seu fluxo funcional e completo.

## **2.2 As três etapas evolutivas da DSI**

Através de mais 60 anos de existência, a Disseminação Seletiva da Informação, assim como outros sistemas, possui um histórico evolutivo quanto à operacionalização de seus elementos, influenciado tanto pelo desenvolvimento dos meios de comunicação quanto da tecnologia disponível, e que é dividido por Souto (2010) em três etapas: a manual, com ênfase na relação entre os responsáveis por sua execução e o usuário; a automatizada, voltada para o resgate informacional através Sistemas de Recuperação da Informação e com a possibilidade de automatização em sua execução; e aquela contemporânea à Internet, que maximiza as possibilidades de automatização e integração a outros sistemas, bem como a autonomia do usuário e novas possibilidades.

A primeira etapa evolutiva realça que a ideia de disseminar não está necessariamente vinculada ao uso de computadores ao remeter ao século XVIII e XIX, com as primeiras Sociedades Científicas, suas publicações e a comunicação realizada através de cartas. Tais sociedades são precursoras dos chamados “Colégios Invisíveis”, cuja dinâmica

consiste na troca de informações entre pesquisadores com um mesmo interesse temático e a atuação para fazer com que estas informações circulassem por redes próprias e fossem institucionalizadas (SOUTO, 2010; CUNHA; CAVALCANTI, 2008). No que tange à Disseminação Seletiva da Informação, esta primeira geração, anterior à década de 1950, atendia a um pequeno número de usuários, com os perfis elaborados pelos responsáveis pela disseminação através de entrevistas, muito valorizadas pelo fornecimento detalhado dos interesses, ou através de correspondências. Os Recursos Informacionais eram, em maioria, bibliográficos e limitados ao acervo local da instituição, contando com possibilidades de empréstimos por outras instituições. A busca, seleção e análise do conteúdo dependia unicamente da ação manual e humana, tornando a relevância e coerência mais dependente da especialização e experiência do responsável pelo processo diante do tema pesquisado e pela geração dos Pacotes Informacionais. Estes Pacotes eram ou não estruturados, representados por campos de metadados ou partes específicas como o resumo ou as palavras-chave, assumindo o formato de listas, referências ou relação de metadados em suportes como fichas ou cartões e entregues aos usuários pessoalmente ou por correspondência. O acesso dava-se presencialmente ou por fotocópias, a depender do material selecionado, e a retroalimentação acontecia concomitantemente ao envio do Pacote Informacional, com questionários, formulários, listas de estatística, ou então pessoalmente, sendo voltada para a avaliação do conteúdo disseminado e o serviço prestado (SOUTO, 2010).

Com o uso dos computadores a partir da década de 1950, houve a primeira grande mudança nos serviços de Disseminação Seletiva da Informação, tendo em vista a possibilidade do processamento de dados, novas técnicas de recuperação e a automatização da operacionalização. Nesta segunda etapa evolutiva, os perfis dos usuários, embora ainda fossem elaborados por intermediários e conforme o método da etapa anterior, aumentaram e agora tinham seus interesses cruzados diretamente com os documentos a serem recuperados a partir de bases de dados gravadas em fitas magnéticas, permitindo a automatização na busca e seleção através de softwares e de diferentes lógicas (como a booleana e a truncagem), expandindo os Recursos Informacionais com as mesmas bases de dados, assim como a microforma passou a ser um formato para o suporte dos Pacotes Informacionais, estruturados por metadados e, consecutivamente, passou a oferecer um novo meio para o acesso aos documentos solicitados. Quanto à retroalimentação, as chamadas telefônicas surgiram como uma novidade (SOUTO, 2010).

A partir de 1980, com o advento da Internet, surgiram novas Fontes de Informação em novos formatos e meios para recuperá-las e acessá-las, novas maneiras de interagir e

também novas ferramentas de discussão e de compartilhamento; surgiram mais aberturas para a autonomia de um usuário na elaboração, organização e execução quanto a seus interesses, novos softwares e novas dinâmicas de armazenamento e cruzamento de informações, novas vias pelas quais as Informações circulam, em maior velocidade e quantidade que antes, e dentre outras tantas que culminaram a Sociedade de Informação (DIAS; CASTRO; SILVA, 2015). Neste contexto, a terceira etapa evolutiva da Disseminação Seletiva da Informação é marcada pela personalização e pela notável alteração operacional de seus elementos constituintes. Para Souto (2010, p. 38), a personalização é a “forma pela qual as informações e serviços podem ser adaptados de modo a corresponder às necessidades específicas e exclusivas de um usuário individual ou de uma comunidade”, aplicável à customização de um software, à identificação de dados, exibição de páginas na Web e recomendação de conteúdo, por exemplo. Tal adaptação foi influenciada pelas quatro fases da Web, seus focos e características.

A Web 1.0, conforme Dias, Castro e Silva (2015), é definida pela preocupação com a construção e o acesso aos Recursos Informacionais, assim como a questão da comercialização através de sites online. Sua sucessora, a Web 2.0, configura-se mais como um espaço de interação e participação coletiva em redes de relacionamentos e para a produção de conteúdo<sup>2</sup>. A Web 3.0, por sua vez, foi concebida sob a ideia de associação entre as informações, seus significados, sua organização, análise e recuperação, visando aproximar a compreensão dos computadores com aquela dotada pelos humanos e assim estabelecendo padrões e ferramentas em prol de novos ambientes informacionais, por via da chamada Web Semântica. Por fim, a Web 4.0 é configurada como um sistema operacional com capacidade de processar informações a partir do uso de Inteligência Artificial (DIAS; CASTRO; SILVA, 2015).

A tecnologia RSS<sup>3</sup>, surgida entre a Web 1.0 e a Web 2.0, foi responsável por reconfigurar a ótica sobre a execução e o estudo da Disseminação Seletiva da Informação. Segundo Campos (2007) e Luiz e Assis (2010), o RSS atua através de *feeds* em documentos XML (*extensible markup language*) pertencentes a uma classe de alimentadores estruturados que são utilizados para a atualização constante de conteúdo na Web, como ocorre em blogs, sites de notícias ou bases de dados, possibilitando que o indivíduo consulente mantenha-se

---

<sup>2</sup> A Web 2.0 está diretamente relacionada à origem de podcast e, por isso, mais detalhes sobre sua dinâmica estão incluídos na subseção 3.2.

<sup>3</sup> A literatura atribui *Really Simple Syndication*, *Rich Site Summary* e *RDF Site Summary* à sigla, ou ainda *Web Syndication*, a depender do ambiente no qual está presente, sua extensão e vínculo a outras linguagens e plugins.

atualizado com a informação que deseja receber sem a necessidade de visitar manualmente a fonte desta informação, tendo em vista que a mesma disponibiliza um *feed* para a “assinatura” através de programas leitores de *feed*, também chamados de agregadores, os quais podem ser tanto plataformas, aplicações e plugins quanto serviços da Web e sites. Os agregadores convergem as informações para um único ponto, constantemente verificando a inserção de novos conteúdos e notificando-os. Colocando de outra forma, o RSS agrega todo conteúdo de determinada fonte, a partir de campos específicos (como o título, autoria e data) para que ele seja captado pelos agregadores, seguindo uma orientação automática de atualizações aos usuários que se cadastraram ou assinaram esta determinada fonte, sem a necessidade de acessá-la diretamente em seu portal ou site intermediário e sem lidar com sua forma como linguagem pura de programação, já que a visualização é mais direta e limpa, em uma ação mais ergonômica – trata-se de uma mudança de paradigma: o sujeito não procura a informação, ela é que o segue (CUNHA; EIRÃO, 2012).

Percebe-se que a aproximação entre a Disseminação Seletiva da Informação e o RSS reside na proposta de difusão de conteúdo entre ambas e de acordo com a necessidade e escolha do indivíduo, incluindo sua seleção e difusão automatizadas e sendo a principal diferença a maneira na qual estas informações serão reunidas e disseminadas. Eirão e Cunha (2012), em um levantamento de literatura circunscrito à Biblioteconomia e a Ciência da Informação, abrangendo o período de 1958 a 2012, afirmam que o RSS foi responsável não apenas por resgatar a discussão sobre a entrega de produtos e informações personalizadas, cujo pico ocorreu entre 1968 e 1980, como também foi responsável por suplantar terminologicamente a Disseminação Seletiva da Informação a partir de 1997. Os autores ainda apontam que a última atualização referente ao RSS ocorreu em 2007 e que, hoje, discute-se sua obsolescência por conta da fecundidade e domínio do mercado de leitores, plataformas e aplicações autônomas que exercem a mesma função que o RSS, como os navegadores, mecanismos do Google, agregadores e notificações de mídias sociais como o Instagram e Twitter (CUNHA; EIRÃO, 2012)

Tanto o cenário digital quanto o RSS propiciaram alterações significativas na Disseminação Seletiva da Informação: os perfis de usuários tiveram um aumento exponencial, podendo ser gerados automaticamente pelo rastreamento de ações na Web e representados não apenas pelos responsáveis do serviço, mas pelo próprio usuário, minimizando as interações diretas para a elaboração e permitindo maior intervenção de sua parte; os Recursos Informativos também foram expandidos, em uma pluralidade de fontes e formatos, em conteúdos estruturados ou não e cujo acesso aberto na Internet surgiu como uma novidade em



portais de periódicos, bases de dados, blogs, fóruns e entre outros; a seleção e análise destes Recursos, para além do hibridismo entre manual e automático, passa a contar com a autonomia e colaboração dos usuários em rede, na busca em inúmeros Sistemas de Recuperação da Informação, a assinatura de assuntos que lhe interessam com base na análise do conteúdo integral e o consecutivo compartilhamento em sites, plataformas online e vias afim; os Pacotes Informacionais, por sua vez, agora podem ser enviados por e-mail ou *feeds*, disponibilizadas em áreas específicas de portais ou bases de dados, em notificações no celular ou no desktop e entre outros recursos digitais, inovando ao enviar um *link* para o acesso a cada documento, quando disponível virtualmente, e em uma estrutura que é flexível na intervenção do usuário, redefinindo campos de metadados e sua organização; e a retroalimentação, por fim, passa a ser mais instantânea, com foco no serviço, no sistema ou no conteúdo e inserida no contexto digital (SOUTO, 2010).

É importante frisar que, apesar desta progressão em três gerações distintas, o surgimento de uma não substituiu ou excluiu a outra, ao tempo que a convergência complementar entre elas não ocorre de maneira harmônica, apesar de compartilhar concomitâncias na dinâmica. Da mesma maneira que a discussão sobre a obsolescência da Disseminação Seletiva da Informação pelo RSS e deste pelos alimentadores na Web ocorre mais em um plano teórico do que em suas respectivas aplicações práticas e utilidades. Ou seja, os elementos constituintes na Disseminação Seletiva da Informação e seu planejamento, objetivos e execução contextualizada em determinado ambiente, com o uso auxiliar do RSS ou não, ainda são basilares na prática de serviços e alertas personalizados quanto à seleção a difusão de informações – o processo foi transformado e tende a transformar-se ainda mais, mas as necessidades não só foram e serão mantidas como também foram realçadas, expandidas e dificultadas diante do montante de informações disponíveis, suas estratégias de busca, os diferentes formatos e a própria da questão qualidade e confiabilidade informacional.

### **2.3 Aderência no Brasil**

Ainda na década de 1970, surgem os primeiros estudos sobre a Disseminação Seletiva da Informação no Brasil, especificamente em Centros e Divisões de Informação de Órgãos Públicos e em Bibliotecas Especializadas, visando a elaboração manual com base em acervos locais e atendimento a um número reduzido de usuários, conforme indicam Cunha e Eirão (2012). Estes autores mencionam alguns trabalhos de destaque realizados em prol da constituição dos sistemas de Disseminação Seletiva da Informação, fossem eles manuais ou automatizados, e dentre os quais citam Raulino (1973) e sua proposta de elaboração de um

sistema de indexação, armazenagem e recuperação de informações quanto à produção do Congresso Nacional; Borda (1973), com sua revisão de literatura no período de 1958 e 1971, a fim de reunir e descrever os elementos fundamentais dos sistemas de Disseminação Seletiva da Informação para uma proposta a ser implementada na Companhia do Vale do Rio Doce; Ferraz e Figueiredo (1978), com a proposta para o Instituto de Energia Atômica de São Paulo e através dos resultados obtidos na implementação na EMBRAPA; e Chastinet *et al* (1978) quanto a relatos de serviços na área da Agricultura.

Nocetti (1980) destaca e delinea mais quatro serviços que se solidificaram no país e que ilustram a distinção e similaridades entre os sistemas. O primeiro deles é o Sistema Orientado para Notificação Automática de Referências (SONAR), elaborado pelo Centro de Informações Nucleares (CIN) da Comissão Nacional de Energia Nuclear (CNIN), em 1972. Este sistema utilizou como Recursos Informacionais materiais contidos em fitas magnéticas produzidas pela Agência Internacional de Energia Atômica (IAEA) e em papel, conservando em seu núcleo tópicos referentes à Energia Nuclear, Física, Geociências, Biologia, Engenharia, Tecnologia, Economia, Legislação e Documentação, assim atendendo aos usuários inseridos no contexto de pesquisa nestes eixos. A definição de termos para a busca e o cruzamento entre perfil e documentação se dava através do “mini-thesaurus” da instituição e os Pacotes Informacionais assumiam o formato de cartões descartáveis de 11x18cm.

O segundo, o Sistema de Disseminação Seletiva de Informações do Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado (SDSI/IPT), ocorria com o uso de fitas magnéticas COMPENDEX, produzidas pela *Engineering Index Inc.*, dos Estados Unidos, e cuja capacidade chegava a cerca de seis mil referências bibliográficas, para difundir as informações recuperadas através de vocabulário livre contido nos perfis dos usuários e relacionados com expressões lógicas dos documentos. Por esta dinâmica com fitas magnéticas, a cada nova busca e processamento de informações, elas eram reformatadas e geravam em etiquetas de endereçamento as listas que representavam os Pacotes Informacionais a serem enviados aos usuários internos e externos (NOCETTI, 1980).

O terceiro sistema é Serviço de Bibliografias Personalizadas em Agricultura (BIP/AGRI) da Biblioteca Nacional de Agricultura (BINAGRI), que inicialmente recuperava as informações manualmente pelo Índice de Agricultura (AGRINDEX) em sua respectiva base de dados. Mais tarde, este Índice serviu para um modelo automatizado através de um software chamado *Medusa*, cujo critério de seleção baseava-se na busca e combinação dos códigos do esquema de categorias temáticas da instituição, bem como a cadeia de processamento TEXTPAC, possibilitando o resgate a partir de palavras-chave. Este sistema

contou com o suporte da Rede de Bibliotecas do Sistema Nacional de Informação e Documentação Agrícola (SNIDA) e a ele serviu (NOCETTI, 1980).

O último é o Serviço Automatizado de Informação Seletiva, realizado pelo Departamento de Informação de Documentação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), surgido em 1977 a partir de uma experiência prévia e manual intitulada VECOM – Veículo de Comunicação –, e sendo então implementado com Recursos Informacionais contidos em fitas da *National Agricultural Library*, dos Estados Unidos, e posteriormente incorporando bases de dados da *Chemical Abstracts Services* e da *Biological Abstracts* (BIOSIS), a *Bio-Research Index* e entre outras. Sua busca realizava-se através de vocabulário livre e o uso dos operadores booleanos, com programas que permitiam a truncagem e a limitação por idiomas. Inicialmente atendia aos pesquisadores locais, mas logo foi estendido a outras instituições (NOCETTI, 1980).

Nastri (1985) contribui ao elencar os objetivos de mais três referências quanto aos serviços de Disseminação Seletiva da Informação no país: o Serviço de Disseminação para alunos da Pós-Graduação da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, objetivando contribuir para que o nível de teses e dissertações fossem cada vez melhores, bem como para o aperfeiçoamento dos recursos humanos em saúde pública e administração hospitalar; o Programa de Disseminação Seletiva da Biblioteca da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo, com atendimento aos professores e pesquisadores da unidade, fornecendo o material disponível localmente; e o Serviço de Disseminação Manual da Biblioteca Central da Universidade de Viçosa, visando a difusão rápida de novas informações envolvendo a unidade e o atendimento dos docentes, para contribuir para o desempenho de suas atividades acadêmicas.

Em uma ocorrência mais recente, Moraes e Souza (2019) indicam o Sistema “InformeS” do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul (TRE/RS), cujos Recursos Informacionais são oriundos de fontes oficiais e informativas do Tribunais Superiores, sites jurídicos, periódicos assinados pela Biblioteca do TRE/RS e seu acervo bibliográfico, em atendimento aos usuários cadastrados e a fim de subsidiar suas pesquisas. Reúne mais de 160 temas divididos na Coleção Doutrinas e na Coleção Atos. A primeira desdobra-se com focos na Administração, Patrimônio, Gestão de Pessoas, Gestão Financeira e Fiscal, Legislação Eleitoral e correlata, Organização da Justiça, Partidos Políticos e entre outros, enquanto a segunda, em temas específicos relacionados à Administração e o Direito. O sistema é inteiramente digital e automatizado, enviando seus Pacotes Informacionais aos usuários através do e-mail cadastrado para tanto.

Cunha e Eirão (2012) afirmam que as publicações e os debates sobre a Disseminação Seletiva da Informação no Brasil perderam força a partir de meados da década de 1980, em detrimento da novidade e o consequente esmaecimento do RSS, conforme aconteceu na América do Norte e na Europa. Contudo, sua fundamentação e funcionalidade enquanto serviço não apenas perseverou e obteve maior relevância por conta da presente Era Digital, na qual a Informação se tornou um produto valioso e requisitado em diferentes e heterogêneas esferas da sociedade, como também apresenta tendências de uso e inovação para além das Bibliotecas e Centros e Órgãos de Informação: com enfoque estratégico, comercial e corporativo, importância no meio da Educação para a continuidade ou especialização dos estudos e com espaço como ferramenta para contornar a dispersão do montante de informações que são produzidas e disponibilizadas, direcionando-as de maneira personalizada a indivíduos ou grupos de indivíduos com determinado interesse e necessidade informacional. (SOUTO, 2010). E para que um sistema de Disseminação Seletiva da Informação seja implementado, independentemente de seu contexto, faz-se necessário planejá-lo, desenvolver uma Política própria e gerenciá-lo para que se mantenha funcional e útil aos usuários. A subseção a seguir apresenta alguns tópicos iniciais relativos a este eixo preparatório, a fim de melhor ilustrá-lo.

#### **2.4 Planejamento e gerenciamento de um serviço de DSI**

Ao pensar em um sistema de Disseminação Seletiva da Informação, é preciso conhecer e avaliar previamente o contexto no qual ele será implementado, levando-se em consideração questões como infraestrutura, disponibilidade de recursos humanos, econômicos, tecnológicos e informacionais, interdisciplinaridade e eixos da equipe responsável, dinâmica de funcionamento, alcance e limitações, parcerias ou convênios, público-alvo, manutenção, os objetivos e entre outros pontos que são circunstanciais a cada cenário e que se desdobram por meio dos elementos constituintes do sistema (NOCETTI, 1980). Ou seja, a realização de um planejamento e o consequente gerenciamento em prol da maximização, funcionalidade e resolução de problemas diante deste sistema como um todo, seja durante sua concepção ou após sua execução. Souto (2010) indica cinco etapas básicas para tanto: o diagnóstico, a definição de política, a estruturação, a implementação e o acompanhamento.

O diagnóstico objetiva analisar o ambiente interno, externo e o contexto que cerca a unidade proponente, a fim de identificar e estimar as categorias e a quantidade de usuários, assim como os Recursos Informacionais em uso e os novos recursos. Nocetti (1980) sugere

que este diagnóstico seja guiado por três focos: os usuários, os Recursos Informacionais e a infraestrutura interna.

Os usuários são os agentes nucleares e os clientes naturais ou potenciais detentores da responsabilidade de decidir quais informações lhes são pertinentes e, em consequência, influenciar a estruturação do serviço em questão. Para conhecer o usuário, pode-se fazer uso de formulários, questionários, estatísticas de uso de materiais, rastreamento de navegação em bases de dados e outros portais, listagem de palavras ou assuntos e entrevistas, para citar alguns exemplos, a fim de melhor delinear seu perfil e assim preencher lacunas sobre dados básicos, formação, os hábitos de leitura e os idiomas que domina, a rotina, as dificuldades na aquisição da informação, os campos de interesse, o canal e o formato no qual prefere receber o Pacote Informacional e uma série de tópicos que são inerentes a seu contexto, suas experiências emocionais, afetivas e suas capacidades cognitivas. E para além dos perfis individuais, pode-se trabalhar perfis coletivos, comunitários ou temáticos (NOCETTI, 1980; SAMPAIO; MORESCHI, 1990; NASTRI, 1986; MORAIS; SOUZA, 2019; SOUTO, 2010).

Os Recursos Informacionais devem ser identificados, adquiridos e elencados de acordo com sua compatibilidade temática com a instituição proponente e sua demanda de usuários, podendo abranger, quanto ao conteúdo, natureza Científica, Tecnológica, Legislativa, governamental, geral, de interesse público e entre outras. Para recursos online, deve-se verificar os custos, a cobertura geográfica e de idiomas, os termos de contrato, restrições e afins, assim como incorporar bases e repositórios de acesso aberto. No mais, seja em suporte digital ou impresso, faz-se necessário orientar os usuários sobre as particularidades e modo de operar cada Recurso, demonstrando estratégias para identificar, buscar e recuperar as informações nele contidas. Treinamentos, manuais, tutoriais e notação de estratégias de busca podem ser opções para facilitar tal orientação, exigindo que os responsáveis pelo serviço tenham bom conhecimento e manuseio quanto a estes Recursos – insere-se aqui o fator da especialização: quanto maior for o domínio sobre determinado tema, mais assertiva será sua recuperação e difusão, no caso de um selecionador humano. Caso a seleção se dê através de um sistema que analisa e compara os temas, compreender o básico sobre seu processamento pode auxiliar na resolução de possíveis problemas ou complementar um serviço híbrido, assim como buscar referências em serviços de Disseminação Seletiva da Informação já implementados em unidades com propostas semelhantes pode facilitar a escolha dos Recursos Informacionais (NOCETTI, 1980; LONGO, 1978; SOUTO, 2010).

A infraestrutura interna diz respeito aos instrumentos de apoio utilizados para a elaboração dos perfis, os terminais de computadores voltados para o processamento, o

armazenamento e a comunicação acerca das informações a serem disseminadas, a equipe responsável por este processo, sua interdisciplinaridade e domínio, a organização, indexação e inserção legível em sistemas de computadores com base em Linguagens Documentárias, a padronização destes sistemas, o ambiente para a consulta presencial, os insumos necessários para a geração dos Pacotes Informacionais, em caso manual ou híbrido, o pareamento do serviço de Disseminação Seletiva da Informação com outros serviços existentes na unidade e dentre outros aspectos associados ao fluxo e o tratamento da informação, seja em âmbito prático-organizacional ou virtual (NOCETTI, 1980).

Os resultados do diagnóstico podem indicar a pertinência ou não quanto à implementação de um serviço de Disseminação Seletiva da Informação, além de subsidiar a definição de uma Política na unidade proponente. Para Souto (2010), uma Política reflete um instrumento formal que oficializa as atividades diante da gestão da instituição, possibilitando o desenvolvimento de diretrizes para o exercício consistente e amplificação do serviço. Nestas diretrizes, especificados estão o objetivo e as características deste serviço, seu público-alvo e o uso (geral ou para segmento específico), a função (educativa, formativa, estratégica, informativa, comercial) e a operacionalização, a periodicidade e o ambiente de atuação (institucional, privado, público), os mecanismos de retroalimentação e demais decisões que foram tomadas e identificadas através do diagnóstico, influenciando assim na estruturação do sistema e em sua respectiva implementação.

Implementado o serviço de Disseminação Seletiva da Informação, resta acompanhar continuamente seu desempenho e notar suas lacunas pela retroalimentação dos usuários, modificando o que for necessário, gerenciando todas as etapas do processo e investindo em sua divulgação para o público-alvo, já que um serviço desconhecido é um serviço não utilizado e, dentre as vantagens deste uso para o usuário, há redução do tempo gasto na busca e exame da informação, em sua cobertura sob diversas fontes, a personalização corrente e correspondente à demanda e o auxílio na seleção e a organização de materiais. O uso das mídias sociais, a distribuição de informes impressos pelos arredores da unidade proponente e de notícias virtuais em seus portais oficiais são boas estratégias iniciais para a divulgação, tal como um pequeno texto que apresente ou oriente os objetivos e a dinâmica básica do serviço, evitando assim que os usuários solicitem aquilo que acham que o sistema é capaz de fazer ao invés de priorizar suas necessidades reais e progredir por todas as suas etapas.

### 3. O PODCAST

Este capítulo oferece uma síntese sobre o decurso histórico do podcast, desde a antecedência radiofônica, a origem e os principais agentes diante de seu surgimento, o contexto tecnológico que colaborou para sua expansão no ciberespaço, as características próprias que o aproximam e o afastam da transmissão de rádio até sua aderência no Brasil e o perfil do consumidor e do produtor brasileiro. Mas antes que assim seja, é preciso distinguir conceitualmente o podcast do *podcasting*.

O Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia (2008, p. 284) define *podcasting* como a "preparação e distribuição de arquivos multimídia pela internet a usuários inscritos nos canais do distribuidor de conteúdos", em concordância a Primo (2005, p. 20), na afirmação de que o *podcasting* "vai além do áudio, incorporando imagens e navegação hipertextual". Ainda segundo esse autor, o *podcasting* corresponde a um novo processo de comunicação mediado na Internet, que é dialógico e que pode ser explorado tanto como micromídia (com baixa circulação no meio de públicos pequenos, comportando outros materiais como *flyers*, fanzines e arquivos digitais) quanto como mídia de nicho (cujo público é específico e com interesse compartilhado, em alcance maior que a micromídia, embora ainda inferior àquele da mídia de massa), além de ultrapassar o podcast, o qual, tendo como sinônimo "programa" ou "episódio", é um dos resultados do *podcasting*.

Em outras palavras, o *podcasting* reflete um processo de produção e difusão de conteúdos que vão além do áudio, configurado com uma cadeia própria e com potencial para assumir forma de um serviço comunicacional por isso, promovendo a horizontalização das relações em rede e o acesso à Informação e à Cultura (CARVALHO; SALDANHA, 2019; HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2009). Sendo assim, o podcast é um dos produtos finais do *podcasting*, caracterizado como um arquivo de áudio executável e disponibilizado para o consumo, o qual tem crescido significativamente nos últimos anos (VICENTE, 2018), incrementando a comunicação social e impulsionando "a convergência dos meios, a hibridização de linguagens, o declínio progressivo dos *mass-media*, o surgimento de formas individualizadas de produção [...] e a construção de um novo ambiente simbólico" (REZENDE, 2007, p. 1-2), onde qualquer pessoa detém o potencial de tornar-se emissora ativa, não sendo apenas uma receptora de informações e assim tornando a difusão algo mais democrático (LUIZ; ASSIS, 2010). Luiz e Assis (2010) indicam que "podcast" é o termo mais utilizado no Brasil, tanto para representar o processo quanto para o seu resultado, além de ser majoritariamente identificado apenas como sonoro. Vicente (2018, p. 89) afirma que o podcast

“[...] já constituiu uma história e uma tradição que podem ser revisitadas no sentido de uma melhor compreensão do processo que levou essa prática ao estágio atual de cultura de produção e consumo midiático já consolidados”, enquanto Barbosa (2019) categoriza o podcast como um *formato* que está *contido* na Internet, a qual é a mídia principal, considerando aqui que mídia equivale ao suporte em questão, seja ele físico ou não, através do qual uma mensagem é difundida.

Seja como mídia ou como formato, o podcast abriga um “campo propício para a convergência tecnológica, onde ouvintes e produtores de diferentes origens se encontram tanto para criar e divulgar informação e entretenimento quanto para criar novas formas de divulgação” e fruição (LUIZ; ASSIS, 2010, p. 12-13).

### **3.1 Herança radiofônica**

Se todo novo meio de Comunicação acaba por apropriar ou herdar características e elementos de seus antecessores, conforme pontua Primo (2005), o rádio foi fundamental para a origem dos primeiros podcasts, principalmente a partir das emissoras públicas e por compartilharem a dinâmica sonora em sua transmissão, bem como elementos em sua produção, como a linguagem, as vinhetas e as músicas (VICENTE, 2018). Saar (2018) indica que o podcast, através dessa ótica, é o resultado da junção entre a rádio tradicional com as possibilidades da Internet, reservadas as devidas proporções e dinâmicas de interação, produção e experimentação que diferenciam o podcast do rádio.

Medeiros (2005), ao discorrer sobre o rádio, indica sua transmissão eletromagnética e analógica em grande destaque na década de 1940, sendo atualizado para a tecnologia FM a fim de melhorar sua qualidade. Com o transistor, tornou-se portátil e, embora ainda dependente de sintonização de ondas eletromagnéticas, consolidou-se como um meio de comunicação informativo, de entretenimento e longo alcance, importante por suprir a linguagem escrita aos ouvintes que não dominavam a leitura e detentor de influência política, com poder de emissão centralizado, ou seja, pertencente e comandado por grupos ou instituições específicas (MEDEIROS, 2006; SILVA; FERREIRA, 2019).

Com a Internet, a transmissão radiofônica pôde assumir modalidades digitais ainda na década de 1990 (MEDEIROS, 2006), permitindo que hoje possa conter informações textuais e ser executada através de aparelhos televisores e celulares, despontando em novas formas de interação e desdobramentos de áudio. Primo (2005) e Vicente (2018) apontam três destas modalidades: a Webradio, a rádio por assinatura e a rádio digital. A primeira diz respeito a uma mídia de nicho dispersiva e surgida incipientemente no Brasil em 1996 pelas



Universidades Públicas, logo sendo incorporada pelas emissoras tradicionais de rádio e que ampliou a cobertura e a programação da rádio analógica para a transmissão síncrona via streaming ou através de download, além de promover aberturas para novos conteúdos, acessíveis pelo portal ou site responsável, ou seja, o acesso por via da web e por um computador; a segunda, a rádio por assinatura, possibilitou a contratação de pacotes de programação e sua sintonia por meio de receptores especiais e em diversas regiões; já a terceira, a rádio digital, implica em sistemas virtuais que têm sido testados de maneira geral e mais limitada, tornando incerteza sua consolidação como substituta da transmissão convencional (PRIMO, 2005; VICENTE, 2018; CARVALHO, 2011).

O ciberespaço, enquanto “novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 92), permitindo que cada usuário dispense “o produtor, o editor, o transmissor, os intermediários em geral, para dar a conhecer seus textos, sua música, seu mundo virtual ou qualquer outro produto de sua mente” (LÉVY, 1999, p. 54), é composto por um ecossistema complexo de interdependência macro de tecnologias e um sistema social pautado pela dinâmica dos usuários, comportando fluxos massivos de informação e múltiplas relações entre estes fluxos e os sujeitos que os acessam e o produzem, com diversidade de linguagens, modos de produção e consumo, experimentação e simbolismo contextualizado (REZENDE, 2007). E é no ciberespaço que surge o podcast, o qual, embora coexista ao tempo em que converge e soma novas perspectivas diante do rádio, apresenta diferenças características e autônomas em relação a ele, conforme apontado na subseção 3.4.

### **3.2 Decurso histórico e tecnológico**

Três fatores interconectados e incidentes durante o ano de 2004 são elementares para o decurso histórico do podcast, com destaque de figuras centrais em sua concepção. O primeiro fator diz respeito ao conceito de Web 2.0. Alcançada em 2003 por Tim O’Reilly em sua empresa editora de livros, revistas e promotora de conferências e serviços online (CAMPOS, 2007), a Web 2.0 popularizou-se como um “espaço recente de interação e de produção aberta e colaborativa de diferentes conteúdos, de aplicativos e de outros processos digitais” (CARVALHO; SALDANHA, 2019, p. 37), com novas dinâmicas de contato e uso de interfaces e funcionalidades multimídia no ciberespaço.

Plataformas e ferramentas de comunicação como wikis, fóruns, comunidades, o RSS e os blogs são exemplos destas novas formas. Estes dois últimos, em especial, colaboraram para o surgimento do podcast, o qual, além de presenciar a formação de comunidades de nichos em torno de um assunto ou tema em comum a partir dos blogs,

sobreviveu ao declínio dos mesmos blogs e utilizou-se da tecnologia RSS para ser distribuído (VICENTE, 2018). Primo (2005) relembra que, nessa época, antes do podcast, houve os chamados audioblogs: postagens textuais que ofereciam a escuta e o download manual de arquivos de áudio captados pelos responsáveis do blog, os quais geralmente comentavam sobre fatos de seus dias, sobre produtos que consumiam e afins - assemelhavam-se a uma espécie de diário digital e público, onde o internauta acessava o blog e dali consumia seu conteúdo.

O segundo fator diz respeito a cinco figuras nucleares para a concepção e desenvolvimento do podcast: Adam Curry, Kevin Marks, Dave Winer, Christopher Lyndon e Ben Hammersley.

Adam Curry, com a experiência de um ex-videojockey da *Music Television* (MTV), competências de desenvolvedor e atento às novidades tecnológicas que eram discutidas na Internet nos primeiros anos da década de 2000, incluindo os audioblogs, teve a ideia de transmitir na rede um programa de rádio personalizado. E este programa, intitulado *Daily Source Code*, foi produzido por ele e com duração de até 30 minutos, contendo vinhetas, notícias e músicas, tal qual um programa de rádio. Em seguida, Curry desejou automatizar a descarga destes programas diretamente para o computador ou dispositivos portáteis dos ouvintes - tais dispositivos ainda eram novidade, sendo o mais popular deles o *iPod* da *Apple*. O RSS, como via mais fácil e direta para tanto, limitava-se à distribuição de conteúdo textual, assim impossibilitando que o formato de áudio pudesse ser acrescentado. Isto até que o programador e empresário Dave Winer e sua equipe, a fim de auxiliar o jornalista Christopher Lyndon na disponibilização de uma série de entrevistas na Internet, desenvolvesse o *enclosure*, ou extensão ao RSS, que foi capaz de suportar outros tipos de arquivos, como vídeos, gifs e áudios, sendo então alcunhado de RSS 2.0. Curry tomou ciência desta extensão e, com um script (trecho de código) criado por Kevin Marks, foi exitoso ao distribuir seu programa via RSS 2.0 diretamente para o agregador da Apple, o iTunes (atual Apple Music), nomeando tal ato de RSS*to*iPod e permitindo que sua codificação fosse aberta para o uso e incremento de outros desenvolvedores e entusiastas com a ideia (MEDEIROS, 2005; LUIZ, 2015; BARBOSA, 2019).

A quinta figura, já introduzindo o terceiro e último fator, é o jornalista e tecnólogo Ben Hammersley. Com o artigo intitulado *Audible Revolution*, para o jornal *The Guardian*, Hammersley foi o primeiro a sugerir, despretensiosamente e dentre outros termos, o *podcasting* como denominação para a produção e distribuição de arquivos via RSS pela Internet, partindo de *pod* por causa do *iPod*, e *broadcasting*, que corresponde à transmissão.

Logo, transmissão ao/ou por via do iPod que, por consequência, oferece o seu produto final como *podcast*. Hammersley também faz menção aos audioblogs e à *Audible*, empresa criada por Donald Katz em 1995 para a produção de audiobooks e que começava a produzir programas sonoros para download (hoje, a *Audible* é integrada à Amazon). Alguns meses depois, a denominação “podcasting” passou a vigorar mundialmente, escolhida como a palavra do ano no *American Oxford Dictionary* em 2005. No ano seguinte, derivou o fenômeno que ficou conhecido como *podfade*: o esmaecimento da prática do podcast. Acredita-se que tal esmaecimento ocorreu pela ausência de sua profissionalização, já que não proporcionava nenhum retorno monetário àqueles que reservavam um tempo na rotina de trabalho para criar programas de áudio e também por conta de seu formato muito semelhante ao rádio, em disputa desigual entre uma via emergente e uma via já consolidada. Em 2006, o podcast ressurgiu com novo vigor e identidade multifacetada, com programas mais autorais e experimentais, inclusive no Brasil (LUIZ; ASSIS, 2010; LUIZ, 2015; VICENTE, 2018).

Hoje em dia, apesar de ser característico ao podcast a opção de download automático por via do RSS, justificado por este decurso histórico, discute-se sobre a obsolescência deste processo, levando em consideração a profusão de smartphones, a oferta via streaming por agregadores como o *Spotify*, *Apple Music*, *Deezer* e *YouTube*, além do baixo consumo do pacote de dados da Internet por via destes.

### **3.3 O podcast no Brasil: perfil de consumo e de produção**

Os primeiros podcasts brasileiros surgiram ainda em 2004, acompanhando a novidade norte-americana e o seu modelo com pouca edição e semelhança a uma transmissão ao vivo de rádio. Dentre estes programas nacionais precursores, encontramos o *Digital Minds*, produzido até 2006 por Danilo Medeiros e a partir de blog homônimo, com temas que transitavam entre música, tecnologia e cultura *geek*; o *Podcast do Gui Leite*, criado por Gui Leite e tratando sobre tecnologias, especialmente aquelas contidas nos produtos da *Apple*; o *Perhappiness*, de Rodrigo Stulzer, e *Código Livre*, de Ricardo Macari, ambos voltados para aspectos tecnológicos como computação e softwares (LUIZ; ASSIS, 2010).

Ricardo Macari e Eddie Silva, em 2005, foram responsáveis pela primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil), realizada em Curitiba, Paraná - evento que viria a dar origem à Associação Brasileira de Podcast (ABPod), hoje integrante do Fórum de Mídias Digitais e Sociais e responsável pela realização da PodPesquisa, uma pesquisa quantitativa de abrangência nacional voltada para o levantamento de dados estatísticos sobre a cadeia de consumo e produção de podcasts. Apesar disso, o *podfade* também chegou ao país

e reconfigurou as produções nacionais a partir de 2006, com programas mais longos, feitos por um grupo de pessoas ao invés de apenas um indivíduo e com temas mais leves e humorados, envolvendo a cultura pop, cinema e assuntos mais gerais do entretenimento, complementados por edição mais caprichada e sonorizada (LUIZ; ASSIS, 2010; LUIZ, 2015). O *NerdCast*, criado em 2006 como *NerdConnection* por Alexandre Ottoni e Deive Pazos a partir do blog *Jovem Nerd*, foi de grande influência para a geração de podcasters pós-*podfade* e, ainda hoje, figura na esfera dos podcasts com um dos programas mais ouvidos no país.

Em 2008, três eventos de premiações colaboraram para impulsionar a produção de podcasts, sendo eles o iBest e o Best Blogs Brazil, ambos com categoria de julgamento exclusiva para o formato, e o Prêmio Podcast, organizado por Eddie Silva e com júri oficial e votação popular. Neste ano houve também a primeira das seis edições da PodPesquisa, elaborada com base na *The Podcast Consumer*, da Edison Research dos Estados Unidos, e a fim de traçar um perfil dos ouvintes brasileiros de podcast (PODPESQUISA). Em 2009, surgem os primeiros portais dedicados para a divulgação de podcasts, como o Podpos e o TeiaCast. E em 2010, a *Campus Party Brasil*, evento de Ciência, Inovação e Empreendedorismo Digital, organizou uma área temática e exclusiva aos podcasts, inserida na categoria dos blogs, dado o vínculo entre ambos, e colaborou para a interação entre produtores de podcasts, a divulgação de programas e a expansão progressiva do formato, consolidando a sua esfera de produção nacional, chamada *podosfera*, à maneira que os mais variados temas e programas podem ser encontrados na Internet hoje. Os *podcasters*, como agentes da *podosfera* e com programas que criaram por iniciativa própria, sem patrocínios, financiamentos coletivos e sem vínculo formal com a área da Comunicação, voltaram-se aos nichos aquém da mídia de massa e também contribuíram para tal consolidação, sugerindo aos seus ouvintes o compartilhamento de episódios e a produção de um podcast próprio, ampliando o consumo ativo diante da recepção comunicacional, transformada em emissão (LUIZ; ASSIS, 2010; LUIZ, 2015).

Sobre a profissionalização do podcast, Lopes (2015) e Luiz e Assis (2010) concordam que, nesta época, era caso raro e sustentado por anúncios publicitários inseridos tanto no conteúdo do episódio quanto em seu blog correspondente, caso existente. Muitos dos produtores mantinham atividades profissionais em paralelo à criação do conteúdo sonoro, como aconteceu ao *Jovem Nerd*, citado por Lopes (2015) como exitoso e exemplo extraordinário que adotou esta estratégia, tornando-se empresa ao expandir-se a partir do aumento de seu público, diversidade de temas e convidados, assumindo formatos textuais e audiovisuais em outros tipos de conteúdo, criando uma loja de artigos *geeks* e formando

parcerias com empresas como a Asus, Alura, Meu Sucesso.com, Wizard e entre outras, até que, em 2021, fosse comprado pelo Magazine Luiza, o qual conservou sua dinâmica criativa e a complementou, tendo em vista sua base de consumidores.

Luiz e Assis (2010, p. 9) também apontam que em 2010 “a ausência, com poucas exceções, de grandes empresas de mídia produzindo podcasts no Brasil” era notável. Hoje temos um cenário diferente, conforme indica Barbosa (2019): a mudança despontou em 2018, pelo investimento publicitário do Spotify (plataforma de streaming sonoro criada em 2006 e que hoje é uma das maiores do mundo, com início das atividades em Brasil em 2014) quanto aos podcasts, e, em 2019, pela adoção do formato sonoro por empresas e grandes veículos de comunicação de massa, como o Estadão e a Globo, que assim o potencializou e divulgou a uma grande parcela de público. Esse mesmo ano foi alcunhado como “o ano do podcast no Brasil” justamente por essa visibilidade e consequente crescimento na oferta e variedade de programas disponibilizados para o consumo sonoro.

Outro fator importante na popularização nacional dos podcasts foram os programas cuja captação sonora é transmitida ao vivo e em vídeo pelo *YouTube*, assumindo o formato de roda de conversa e o gênero de entrevistas com convidados conhecidos no meio público, como artistas, políticos e afins, ou não. Os programas *Flow*, surgido em 2018, *Podpah* e *Inteligência Ltda.*, ambos em 2020, e o *Vênus Podcast*, em 2021, inspirados pelo *The Joe Rogan Experience* (em publicação desde 2009 nos Estados Unidos), são exemplos nacionais desta modalidade, a qual revitaliza a discussão acerca da definição do podcast como um arquivo exclusivamente de áudio e disponibilizado automaticamente ou como um produto de áudio e vídeo acessível a partir de múltiplos canais distribuidores, em remissiva ao conceito de *podcasting*.

As empresas, atentas para o crescimento gradual do consumo de podcasts, reformularam, em parte, a questão da profissionalização da prática, conforme afirma Barbosa (2019): ao identificar o perfil de determinado podcast e seu público, já delimitado e engajado, as empresas formam parceria a partir de publicidade ou de patrocínio, a fim de potencializar o alcance de algum produto, serviço ou tão somente atrair novos consumidores, invertendo a dinâmica antes majoritariamente pautada pelo esforço e o argumento do produtor do podcast quanto à divulgação e o retorno monetário na busca de anunciantes parceiros. Isto é, tal dinâmica faz-se presente em podcasts bem dimensionados, levando-se em consideração que “[...] quanto maior é o alcance de um meio de comunicação e quanto mais relevante seus conteúdos são para as pessoas que o consomem, maior será a atratividade deste para empresas” (BARBOSA, 2019, p. 10). Uma via alternativa a essa problemática é o financiamento coletivo

(*crowdfunding*) - embora esta modalidade igualmente dependa do público consumidor, que é nuclear para o êxito de um podcast, perpassando as etapas do planejamento, as escolhas de linguagem, duração, periodicidade e temática até o momento de firmar possíveis parcerias, condução e adaptação do programa. E há também o surgimento de empresas especializadas em consultoria e com conhecimento dos aparatos tecnológicos e técnicos diante da produção e edição de podcasts, assim como plataformas como o Spotify hoje investem em podcasts exclusivos.

No mais, embora a PodPesquisa seja limitada a consumidores já familiarizados com o podcast, sem atingir a totalidade quantitativa, ela é precursora a lidar com tipos de dados que fornecem um panorama interessante a este trabalho. Dentre estes dados e a fim de evidenciar um comparativo do perfil do público consumidor de podcasts no Brasil, o quadro a seguir destaca algumas categorias extraídas da PodPesquisa 2018, que obteve cerca de 22.99 respostas, e 2019, com cerca de 17.700 respostas

**Quadro 2** - Comparativo entre perfis de consumo de podcasts em 2018 e 2019 (continua)

PODPESQUISA 2018	PODPESQUISA 2019
<b>Região</b>	
Sudeste (56,8%)	Sudeste (39,5%)
Sul (18,5%)	Sul (19,6%)
Nordeste (12%)	Nordeste (18,5%)
Norte (2,5%)	Norte (9,5%)
Centro-Oeste (6,3%)	Centro-Oeste (6,9%)
Exterior (2,9%)	Exterior (6%)
<b>Sexo</b>	
Masculino (84,1%)	Masculino (72%)
Feminino (15,3%)	Feminino (27%)
Outros (0,6%)	Outros (1,15%)
<b>Idade</b>	
18 a 22 anos (20,2%)	20 a 29 anos (52%)
23 a 39 anos (66,6%)	30 a 34 anos (20%)
40 a 49 anos (6,9%)	35 a 44 anos (16%)
Menos que 18 anos (4,3%)	Menos que 18 anos (7%)
50 até mais de 60 anos (1,9%)	45 até mais de 60 anos (5%)
<b>Estado Civil</b>	
Solteiro/a (56,2%)	Solteiro/a (60%)
Casado/a (26,4%)	Casado/a (34%)
União estável (14,7%)	Separado/Divorciado (4%)
Divorciado/a (1,5%)	
Separado/a (1,1%)	Viúvo/a (1%)
Viúvo/a (0,1%)	Não respondeu (1%)

**Quadro 2** - Comparativo entre perfis de consumo de podcasts em 2018 e 2019 (conclusão)

Escolaridade	
Superior completo (32,7%)	Superior completo (31%)
Superior incompleto (29,3%)	Superior incompleto (30%)
Pós-graduação (20,6%)	Pós-graduação (19%)
Médio completo (9%)	Médio completo (12%)
Técnico (3,6%)	Pós-graduação incompleta (7%)
Médio incompleto (3,5%)	
Fundamental (0,8%)	Fundamental completo (1%)
Pós-doutorado (0,4%)	Não informado (0,9%)
Tempo como consumidor de podcasts	
Mais de 5 anos (39,7%)	Entre 1 e 2 anos (31,7%)
Entre 2 e 3 anos (13,5%)	Entre 3 e 4 anos (22,9%)
Entre 1 e 2 anos (13%)	Entre 5 e 6 anos (18,3%)
Entre 3 e 4 anos (12,1%)	Entre 7 e 9 anos (13%)
Entre 4 e 5 anos (11,3%)	Até ou mais de 10 anos (12,8%)
Entre 6 meses e 1 ano (6,7%)	Não ouve (1%)
Menos de 6 meses (3,7%)	Sem resposta (0,3%)
Descoberta de novos podcasts	
Indicação de podcasters (75,4%)	Indicação de podcasters (53%)
Busca por temas (48,9%)	Busca em aplicativos (12,2%)
Recomendação de amigos (45,7%)	Recomendação de amigos (15%)
Lista dos agregadores (33%)	Lista de agregadores (7,5%)
Sites e blogs (20%)	Sites e blogs (5,2%)
Outros (5,1%)	Mídias tradicionais (4%)
Dez assuntos mais consumidos	
Humor e comédia (65%)	Cultura pop e geek (90%)
Cinema, séries e TV (64%)	Humor e comédia (76%)
Cultura pop e geek (62,7%)	Ciência (73%)
História (52,6%)	História (64%)
Ciências (52,3%)	Política (62%)
Tecnologia (51,2%)	Tecnologia (50%)
Games (45,4%)	Sociedade e cultura (50%)
Política (41,9%)	Educação (48%)
Notícias (35,8%)	Games (48%)
Histórias em quadrinhos (31,3%)	Notícias (46%)
Pagaria por conteúdo exclusivo	
Sim (77,8%)	Sim (71%)
35% até 20 reais 16% entre 5 e 10 reais 12% de 20 a 30 reais 9% acima de 30 reais	35% de 1 a 20 reais 25% de 5 a 10 reais 11% de 20 a 50 reais 9% não informado
Não (22,2%)	Não (20%)

**Fonte:** adaptado através de dados da Podpesquisa 2018 e Podpesquisa 2019

Logo, o público brasileiro, de acordo com as edições mais recentes da PodPesquisa, é predominantemente masculino, residente na região sudeste do país, com a faixa etária média entre 23 e 39 anos, estado civil solteiro, com ensino superior completo e consumidor de podcasts há mais de cinco anos, explorando novos programas a partir de recomendações de podcasters conhecidos, com predileção para assuntos no eixo do humor e comédia, cultura pop e *geek*, produções audiovisuais de entretenimento, Ciência, História, Política, Tecnologia, Sociedade e Cultura, notícias e Educação, além de disposto a pagar por conteúdos exclusivos.

Já a PodPesquisa Produtores 2020-2021, enfatizando o perfil e a dinâmica dos 626 podcasters respondentes, oferece dados a partir da perspectiva de criação de conteúdo. Estes dados foram destacados no quadro a seguir, sendo a coluna da esquerda referente ao perfil de produção e seus elementos e a coluna da direita, sobre a dinâmica de produção.

**Quadro 3 - Perfil e dinâmica de produção de podcasts no Brasil (continua)**

Perfil de Produção	Dinâmica de Produção
Começou a partir de 2018 (70,3%)	Comportamento
Sexo	Produz e edita (34,3%)
Masculino (75,7%)	Produz, edita e é colunista (13%)
Feminino (23,3%)	Produz (6,5%)
Região	Distribuição
Sudeste (54,2%)	87,2% Spotify (87,2%)
Nordeste (19,1%)	Apple Music (68%)
Sul (13,7%)	Deezer (57,1%)
Centro-Oeste (6,5%)	YouTube (19,8%)
Norte (2,5%)	Próprio (6,6%)
Renda familiar	Anchor (3,5%)
5 a 10 mil reais (26,1%)	Duração
Mil a 3 mil reais (24%)	10 a 30 min (23,6%)
3 a 15 mil reais (23,6%)	45 a 60 min (21,2%)
10 a 15 mil reais (11%)	90 a 120 min (10,9%)
Acima de 10 mil reais (5,7%)	Menos de 10 min (7,2%)
15 a 20 mil reais (5,2%)	90 a 120 min (2,7%)
Profissionalização	Periodicidade
Fazem por hobby (65,7%)	Semanal (43%)
Possui receita (14,6%)	Quinzenal (23%)
Usam para complementar renda (4,7%)	Sem periodicidade (11%)
Fornece grande parte da renda (2,8%)	Mensal (5%)
Renda integral vem do podcast (2,6%)	Diário (2%)



**Quadro 3** - Perfil e dinâmica de produção de podcasts no Brasil (conclusão)

Equipe	Custo mensal
Possui equipe remunerada (14,6%)	Até 100 reais (36%)
Não possui (74,5%)	Entre 100 e 500 reais (21%)
Área	Entre 10 e 50 (16%)
Comunicação (13%)	Entre 50 e 100 reais (14%)
Ensino e educação (12%)	Entre 500 e 1000 (7%)
Produção audiovisual (11,1%)	Financiamento
Tecnologia (9,6%)	Não capta renda (52,4%)
Publicidade e Marketing (9,2%)	Patronato (12,1%)
Jornalismo (7,8%)	Anúncios (3,8%)

**Fonte:** Podpesquisa Produtores 2020-2021

Quanto ao perfil de produção de podcasts e sua dinâmica, nota-se que a predominância é masculina, residente da região sudeste do país e assumindo a criação de conteúdo por hobby a partir de 2018, com renda familiar mensal entre mil e 10 mil reais. Estes podcasters produzem e editam seu próprio programa, distribuem majoritariamente no Spotify, optam pela duração entre 10 minutos e 1 hora, em periodicidade semanal e investimento mensal entre 100 e 500 reais, sem captação de rendas.

### 3.4 Características do podcast

Quando Saar (2018) afirma que o podcast é o resultado da junção entre a rádio tradicional com as possibilidades da Internet, ela está propondo uma noção objetiva e que serve de parâmetro para delinear, em um primeiro momento, a dinâmica do podcast a partir de mídias já familiares a nós. Apesar disso, se por um lado identificamos características que aproximam o podcast do rádio, por outro lado reconhecemos aquelas que os diferenciam.

A radiodifusão, em seu modo tradicional, realiza-se através de transmissores eletromagnéticos que são sintonizados por receptores, ofertando um consumo para milhares de pessoas de maneira síncrona (em tempo real, instantâneo) com a emissão do sinal, a qual pode variar em qualidade e possui baixa potência, exigindo proximidade do consumidor com o dispositivo de distribuição das ondas sonoras, o rádio. Em sua produção, nota-se uma estrutura institucionalizada e centralizada em um polo único, dividida diante dos recursos humanos e dos níveis técnicos, além de compartilhada através de hierarquias e vínculos com outros setores de veículos de comunicação de massa, o que torna este aspecto mais controlado e espiralado, favorável a grupos específicos inseridos nestes contextos de poder e concessões comunicativas, em um espaço que, historicamente, atuou para influenciar e modular a opinião pública em aspectos políticos e sociais enquanto sua transmissão de mensagens ou discursos

tende a expressar-se por especialistas, autoridades ou porta-vozes diante do assunto ou tema discutido. Por conta dessa configuração, surgiu na Europa da década de 1970 as rádios livres, visando o espaço para outras vozes, com acentos locais e incentivando uma diversidade maior. Já o público consumidor do rádio não possui aberturas para interagir entre si e em tempo real, consecutivamente carente de um espaço de debate imediato, de participação efetiva quanto ao conteúdo e de visibilidade de seu perfil e preferências. Por fim, a grade do rádio é previamente programada e fundamental para orientar o fluxo de conteúdo, o qual ocorre de um emissor para muitos receptores e é dotado de propagandas estabelecidas por outros grupos e empresas específicas, alinhadas ao modo de operar da rádio em questão, bem como estão artistas e órgãos que detém os direitos legais diante de músicas que podem ser reproduzidas durante a programação (PRIMO, 2005; MEDEIROS, 2006; LUIZ; ASSIS, 2010).

O podcast, por sua vez, não apresenta coincidência entre o tempo de produção e o tempo de consumo, em oferta assíncrona e atemporal (um recorte do momento no qual foi captado, sem instantaneidade com o exterior) para um público mais específico ou segmentado e de acordo com a preservação e execução de seu arquivo final. O acesso a este arquivo, embora possa ser realizado a qualquer momento e proporcione navegabilidade com pausas, retrocessos e avanços no conteúdo (inviável no rádio), é realizado a partir da conexão com Internet e de um dispositivo passível de reprodução via streaming, envolvendo aqui a qualidade da conexão da rede, ou então de um dispositivo capaz de armazenar e executar o arquivo sonoro. Em ambos os casos, este arquivo precisa estar hospedado em alguma plataforma, portal ou afim que seja localizável na Internet, com mecanismos que notifiquem sua existência aos consumidores e que preservem sua integralidade, permitindo que episódios antigos sejam tão executáveis quanto os novos. É nesta plataforma ou portal onde ocorre a interação em tempo real entre os consumidores, expandida para as mídias sociais e integrando elementos textuais e visuais para além do sonoro, em uma rede de referências e hiperlinks que tornam a cultura do compartilhar presente e que incentivam na criação de um podcast próprio pelos ouvintes. Agora, tratando-se da produção, os podcasters não são, via de regra, ligados a uma instituição ou veículo já consolidado (embora possam vir a integrá-los, dependendo do objetivo, relevância e alcance de seu programa sonoro) e nem possuem formação comunicadora, o que contribui para a afirmativa sobre a liberdade expressiva diante dos temas, os quais são limitados somente pela criatividade de quem produz e são transmitidos em episódios individuais, sem a necessidade e rigidez de uma grade de conteúdo, seja ele planejado por um único indivíduo ou uma equipe, em transmissão de muitos para muitos, guiada pela “facilidade” de criar-se um podcast – apesar disso, o aparato técnico, o

conhecimento sobre a edição, a linguagem, a autenticidade das referências utilizadas e os modos de divulgação refletem direta e inevitavelmente na qualidade sonora e informacional do conteúdo. Já a flexibilidade quanto a escolha deste conteúdo, dos gêneros, periodicidade e formatos são outros elementos presentes durante a produção de um podcast e que podem ser influenciados ou modelados a partir da demanda do público, assim como a publicidade em um programa, quando existente, é direcionada para o perfil deste público, já reconhecido e fidelizado. Por esta razão, reconhece-se que o podcast não realiza uma transmissão de pacotes de dados fechados em si, mas que ele cria uma prática configurada como serviço e que detém potencial informacional e democrático, horizontalizando as relações em rede, a produção da Informação e a Cultura, bem como podem assumir papel que atende a organizações não-governamentais, movimentos sociais e ativistas de minorias ao expressar postura mais política e social (PRIMO, 2005; LUIZ; ASSIS, 2010; VICENTE, 2018; CARVALHO; SALDANHA, 2019; HERSCHMANN; KISCHINHESVSKY, 2008).

Em última instância, destaca-se “semântica dos sentidos” que resulta do podcast, incorporada pela visualidade diante da interface visual e dos elementos que correspondem à identidade visual do podcast, como a capa principal e as capas dos episódios; a sonoridade, pela possibilidade de utilização de fones de ouvido e a presença de trilhas, efeitos e até mesmo dramatização em alguns casos, além do próprio resgate oral, em alcance para o público que não domina a leitura e para o público cego; e a tactilidade, proporcionando autonomia sobre o espaço de audição e a mobilidade ou atividades concomitantes à escuta, com as mãos e os olhos (REZENDE, 2007).

Cabe salientar que a transmissão tradicional de rádio progrediu para outras modalidades e dinâmicas, conforme apontado na subseção 4.1, e que a relação das condições de produção e recepção de uma mídia são complexas e pouco triviais, sendo o processo comunicacional maior que a transmissão em si. Da mesma forma, o podcast deve ser observado com coerência e discernimento, sem a defesa imediata de qualquer conteúdo ou discurso proferido e distorcido sob a bandeira da liberdade de expressão e fator democrático, tendo em vista que tal discurso pode reproduzir perspectivas preconceituosas e radicais (PRIMO, 2005).

Por fim, percebe-se que o podcast não inviabilizou ou substituiu o rádio, mas sim que houve hibridização entre ambos, seja pela herança do podcast pelos elementos e a influência inicial do rádio, seja pela adoção do podcast pelas emissoras tradicionais de rádio, que disponibilizam programas, entrevistas e matérias transmitidos anteriormente, bem como

notícias diárias, e que alcançam um público novo ao integrar dinâmicas do podcast (VICENTE, 2018).

### **3.5 A questão da produção**

Há concordância na literatura sobre a “facilidade” para criar-se episódios sonoros, bastando uma ideia, um microfone ou smartphone, fones de ouvido e um aparelho computador para tanto, munido com um programa editor de áudio e um servidor de hospedagem gratuitos, além da vontade de aprender. Este argumento evidencia que existe, de fato, menos rigidez e necessidade de investimentos quando comparamos o podcast com o rádio e outras mídias de massa, porém, seria precipitado afirmar que somente estes atributos bastam, ainda mais tratando-se de atualmente, quando plataformas como Spotify e Apple Music investem cada vez mais em podcasts bem elaborados e empresas e estúdios especializadas em consultoria e edição de episódios estão cada vez mais presentes no mercado.

Sendo assim, esta subseção oferece um panorama básico e coerente acerca de cada etapa que compõe a cadeia produtiva de um podcast, suas subcategorias e funções, além dos formatos e os gêneros mais difundidos, as opções de hospedagem e distribuição.

Lopes (2015) afirma que não existe uma regra ou fórmula predefinida para a concepção de um podcast, dada suas características de flexibilidade, versatilidade, alcance e contexto de produção, mas que há, em contraponto, premissas básicas inseridas em seis etapas: a produção, a captação, a edição, a publicação, distribuição e divulgação. Estas etapas permeiam diretamente o planejamento, que deve partir de três simples perguntas: *por que criar um podcast? Como criar? e Para qual finalidade?* A resposta para cada uma fornecerá pontos de partida que auxiliarão nas etapas seguintes, cuja descrição de suas respectivas subcategorias estão descritas nos quadros a seguir.

**Quadro 4 - Etapas na produção de um podcast (continua)**

(1) Tema	A escolha de um tema influi diretamente na definição do público-alvo, na abordagem dos episódios e nas possibilidades de desdobramentos de assuntos, mais gerais ou específicos, pelo indivíduo ou equipe responsável.
(2) Público-alvo	<p>Estipular o perfil de um público-alvo é eficaz devido à segmentação e dimensão de usuários na Internet. É com base neste perfil que o alcance pode ser mais certo, chegando aos ambientes que valorizam o tema, o formato e a linguagem empregados. Ou seja, identificar e fidelizar o público correto condiz com a promoção em cadeia do programa e, criá-lo com o foco em um determinado grupo não impossibilita o consumo e a interação de outro.</p> <p>Este público compartilha entre si o interesse pelo tema, exercendo assim papel essencial através de interação nas decisões do podcast, como a periodicidade e eixos temáticos.</p>
(3) Linguagem	É o elemento responsável por gerar identificação e influenciar a decisão de escuta diante do público, em diferentes ritmos e modulações através do formato, da pauta, dos responsáveis e do retorno fornecido pelos ouvintes que interagem com o conteúdo.
(4) Pauta	Trata-se de uma ferramenta opcional e variada, responsável pela relação de assuntos que auxiliam no discurso e orientação do programa, em uma estrutura organizada envolvendo a duração estipulada e o nível de foco no tema. A depender do formato e dos participantes, a pauta pode ceder lugar ao improviso ou simples conversa sobre determinado tema.

**Quadro 4 - Etapas na produção de um podcast (continua)**

(5) Formato	<p>Dentre os mais difundidos, estão</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Solo, no qual há apenas um apresentador ou <i>host</i> guiando toda narração;</li> <li>b) Roda de conversa, com duas ou mais pessoas participantes em um diálogo ou discussão sobre tema determinado;</li> <li>c) Entrevista, com um <i>host</i> ou mais em diálogo com um convidado ou mais, desenvolvido a partir de perguntas e respostas;</li> <li>d) Narrativo, onde uma história é contada ou dramatizada, podendo ser um caso real, uma ficção e afins;</li> <li>e) Jornalístico, como extensão das matérias tradicionais na TV ou rádio;</li> <li>f) Educacional, planejado e executado com função didática e a favor da transmissão de conhecimentos;</li> </ul> <p>Não há limitações quanto à aplicação ou a escolha de apenas um formato em um podcast, cabendo a decisão de mescla ou especificidade ao responsável pela produção.</p>
(6) Gênero	<p>Dentre os mais difundidos, estão</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Mesa de bar ou diálogo e discussão, onde a conversa é a atração principal;</li> <li>b) Informativo, cujo objetivo é fornecer notícias, comentar situações que repercutiram ou orientar acerca de determinado serviço, objeto ou caso específico;</li> <li>c) Narrativo, que visa contar uma história de maneira dramatizada ou não, adaptada de alguma forma ou com roteiro original, em extensão ao formato homônimo;</li> <li>d) Divulgação, seja ela científica, artística ou cultural, baseada no fornecimento e interpretação de dados e informações que objetivam a apreensão do ouvinte;</li> <li>e) Opinião, mais voltado à expressão individual ou coletiva sobre determinado assunto, objeto, produto e afins</li> </ul> <p>Aqui também não há limitações quanto à aplicação ou escolha de apenas um gênero em um podcast, cabendo igualmente ao critério do produtor.</p>

**Quadro 4 - Etapas na produção de um podcast (conclusão)**

(7) Participantes e periodicidade	A definição fixa de uma equipe, chamada de <i>casting</i> , ou uma equipe eventual, colabora para a identidade do podcast, aproximando o ouvinte e transmitindo confiança e autenticidade de acordo com o domínio sobre o tema explorado, além de servir como alimento e desenvolvimento de discussões quando as opiniões divergem. Além disso, a periodicidade é outro fator importante na relação entre podcast e usuário, o qual é um assinante do conteúdo produzido e, ao fidelizar-se, pode manifestar descontentamento ou desinteresse no caso de atrasos ou desaparecimento de novos episódios sem qualquer aviso ou justificativa.
(8) Identidade visual e sonora	As capas, tanto do programa quanto dos episódios, servem de vitrine ao consumidor atual, que convive diariamente com a difusão imagética massiva. Elas podem ser decisivas no julgamento deste consumidor, de acordo com o que apresentam e de como foram desenvolvidas para atrair ou informar sobre o tema do podcast e do episódio. A identidade visual também diz respeito ao design do site ou portal e às descrições vinculadas ao episódio e seus envolvidos, assim como a padronização sonora pelas divisões de bloco (quando há transição de um tópico a outro), a apresentação e o encerramento são importantes para aproximar o programa do ouvinte, que o reconhece pela junção destes elementos.

**Fonte:** adaptado de Lopes (2015)

Estas etapas são essenciais no que diz respeito ao planejamento do podcast e já definem todos os elementos que compõem sua identidade, objetivos e público-alvo, bem como o tom da linguagem, os participantes, os meios para a manutenção e as possibilidades de alteração de acordo com a resposta e interações da demanda consumidora. Feito este planejamento, é vez de pensar nas etapas de captação sonora dos episódios, conforme indica o quadro a seguir.

**Quadro 5** - Etapas na captação de um podcast

(1) Ambiente	O cenário exterior pode influenciar na qualidade da captação com ruídos e outras interferências. Por conta disso, o ambiente ideal para a captação de um podcast é um espaço acusticamente isolado, mas isso não impede que ela seja realizada em um cômodo vazio, em uma sala de reuniões com portas fechadas ou durante uma caminhada ou viagem - o reflexo desta escolha será encontrado na etapa da edição, com o uso de mais ou menos ferramentas para suprimir o que não deveria estar presente no áudio.
(2) Equipamentos de hardware	Os materiais indispensáveis são: um dispositivo para captar o áudio, como um smartphone com aplicativo de gravador de voz ou um gravador de voz, propriamente, caso a captação não seja feita diretamente através de um microfone e pelo computador; um computador, que servirá à edição posterior deste áudio e à captação, no caso da utilização de microfones; e fones de ouvido, em recomendação durante a captação para isolar ruídos externos e impedir outros imprevistos como duplicação na saída do som. Reconhece-se que, quanto mais simples for a aparelhagem e menos preparado for o ambiente, mais simples será o resultado do áudio e mais trabalhosa será a necessidade tratamento na edição posterior.
(3) Tipos de captação	A partir de softwares como o Skype, Google Meet e outros, a captação remota é uma opção frente à presencial e exige outros conhecimentos para tanto, passível de empecilhos como queda de conexão e sobreposição das vozes. Como mencionado anteriormente, a captação durante a mobilidade também é uma opção diante da estática e traz consigo iguais problemas potenciais para o momento da edição e a qualidade do áudio. No mais, o tipo presencial, remoto ou híbrido é oferecido nesta etapa.

**Fonte:** Adaptado de Lopes (2015)

Para a captação de um programa de áudio, escolhas devem ser feitas e dependem da aquisição ou disponibilidade e da qualidade de equipamentos de hardware a serem utilizados. Há alternativas menos ou mais custosas, com variações de acordo com cada equipamento e com a dimensão do podcast a ser elaborado. O fato é que, seja de maneira mais profissional ou amadora, a captação influencia diretamente a etapa da edição, para a diminuição de ruídos, cortes e ajuste de volumes, conforme descrito a seguir.



**Quadro 6 - Etapas na edição de um podcast**

(1) Softwares	São elementares para a edição e finalização do áudio captado. Podem ser gratuitos, como o Audacity e Garage Band, e pagas, como o Audition e Sony Vegas, cada qual oferecendo diferentes ferramentas e possibilidades por isso. Atualmente, a opção de contratar um estúdio ou empresa para lidar com esta etapa é cogitável caso pretenda-se investir para tanto ou caso não haja a possibilidade, tempo ou interesse de familiarizar-se com as técnicas básicas de edição.
(2) Técnicas básicas	As técnicas básicas envolvem cortes, junção e exclusão de trechos, ajuste de volumes, equalização e acréscimo de efeitos ou trilhas sonoras. Logo, não basta simplesmente baixar um programa gratuito - é preciso explorá-lo, apreender seu funcionamento e funções.
(3) Formato do arquivo final	A fim de resultar um arquivo final que ocupe pouco espaço de armazenamento e possua boa qualidade sonora, é preciso inteirar-se sobre os formatos disponíveis e seus benefícios e prejuízos. Tradicionalmente, os podcasts são exportados para o formato MP3, que detém maior compatibilidade entre os dispositivos que o executarão, e com taxa de 96 ou 128kpbs, em prol da qualidade sonora. Outros formatos estão disponíveis e podem ser cogitados a partir da decisão do responsável pela produção do podcast.

**Fonte:** Adaptado de Lopes (2015)

Tal como os acessórios de hardware, as opções de software podem ser gratuitas ou pagas, no caso de edição autoral e direta pelos responsáveis pela captação do programa. Já a contratação de uma empresa especializada no tratamento sonoro dependerá igualmente da dimensão do podcast, o fluxo de seus programas, o alcance, a proposta e os recursos disponíveis para serem investidos para tanto, assim como no caso da hospedagem e sua consequente distribuição na Internet, conforme quadro a seguir.

**Quadro 7** - Etapa de hospedagem e distribuição de um podcast

(1) Hospedagem	<p>É a ação pela qual o arquivo final torna-se público e localizável na Internet. O modelo mais comum é a hospedagem feita através de blogs, pela facilidade na customização, o uso de plugins e o vínculo com agregadores a partir do feed gerado na hospedagem. Plataformas como o Blogger, Tumblr, Podcast Garden e Internet Archive são opções gratuitas comuns a novos programas. Com a hospedagem paga, além de maior capacidade de armazenamento, há benefícios como a criação de um domínio próprio e maior estabilidade. Plataformas como Hostgator, Bubbrry, Podomatic e SoundCloud são exemplos pagos. É válido pontuar que alguns sites e portais permitem a execução direta de um arquivo de áudio inserido em seu banco, ao tempo em que exige que o consumidor sempre visite sua página inicial e confira as atualizações ali, restrito a manter a página aberta enquanto consome o conteúdo caso a opção de download não esteja válida.</p>
(2) Agregadores	<p>Inicia-se aqui a fase de distribuição, com os agregadores de podcast recebendo o endereço, ou feed, gerado no portal de hospedagem e oferecendo o programa em seus aplicativos, sites e plataformas, assim aumentando potencialmente as chances de busca e consumo através de categorias específicas para podcast ou por uma caixa de busca. Os agregadores são importantes atualmente por conta do consumo via streaming pelo smartphones dos usuários, cuja notificação ocorre diretamente no aparelho ao invés de ser enviada por e-mail e com download automático, como era característico ao podcast em seus primórdios.</p> <p>O Spotify, ao adquirir os direitos do Anchor, uma plataforma para a edição e hospedagem de podcasts, como uma aplicação expandida de si, possibilitou que a dinâmica fosse facilitada para a publicação direta em seu domínio. Até o momento, tanto hospedagem quanto a edição são gratuitos. Já a Apple Music possibilita o formato <i>enhanced</i> para os podcasts hospedados em seu domínio, o qual permite visualizar imagens diretamente na tela do dispositivo no aplicativo, conforme forem inseridas e utilizadas pelos criadores do podcast, ao tempo em que permite incorporar links diretos e navegar pelo conteúdo a partir de marcações nomeadas, selecionando assim qual parte identificada o consumidor deseja ouvir primeiro ou dispensar.</p>

**Fonte:** Adaptado de Lopes (2015)

Com o arquivo sonoro finalizado, hospedado e identificada pelos agregadores, resta divulgar a existência do podcast através de mídias sociais e outras vias possíveis, como os aplicativos PodStore, PodcastAddict, BeyondPod e WeCast. Interagir com a esfera dos podcasts mostra-se igualmente válido, levando-se em consideração que a experiência de troca

com outros produtores de podcasts e a possibilidade de manter-se atualizado com as novidades da mídia estão presentes.

Diante do exposto, nota-se que o podcast não é uma mídia tão “fácil” quanto ao seu incorporar, tanto por sua preparação e execução quanto pela manutenção, exigindo conhecimentos básicos diante de seu fluxo produtivo, o qual dispõe premissas de liberdade criativa e temática, oferecendo uma variedade de formatos, gêneros e combinações entre si, cujo perfil, com a linguagem, duração de episódios, periodicidade de postagem, participantes e identidade visual será definido pelo objetivo dos responsáveis pela criação e por seu público. E este público, por sua vez, deve dominar o básico acerca da navegação na Internet, a fim de buscar os programas em agregadores e outros portais, visando sua reprodução via streaming ou o armazenamento em dispositivo que o execute.

#### 4. INTERSECÇÕES ENTRE O PODCAST E A DSI

A primeira intersecção entre um serviço personalizado de difusão com mais de 60 anos e uma mídia sonora chegando a um terço desta trajetória é a tecnologia RSS, responsável por atualizar a operação na elaboração de perfis e na expedição de conteúdo aos usuários, no que tange à Disseminação Seletiva da Informação, possibilitando assim a automatização destas etapas e maior autonomia ao usuário na escolha dos assuntos que deseja assinar em fontes digitais; e responsável por originar o modo de distribuição inicial do podcast, utilizado até os dias atuais para a alimentação de portais, agregadores, aplicativos e entradas de e-mails com o conteúdo ou sua representação (tal como um Pacote Informacional da DSI, porém em menor volume) e acesso direto, sem estar restrito ao formato textual como quando ainda em sua fase incipiente na Internet. O RSS, desta forma, cumpre a mesma finalidade diante do podcast e da Disseminação Seletiva da Informação: difundir conteúdos automaticamente de acordo com os interesses e a partir de determinada sinalização do usuário, seja ela feita por uma assinatura direta ou por preenchimento de campos com termos e assuntos que correspondem a estes interesses.

Apesar de automática, esta difusão de conteúdos é passível de intermediação humana, principalmente ao levarmos em consideração a expressiva quantidade e variedade de podcasts que são publicados hoje e a escassez de opções na estratégia de busca e sua delimitação temática, bem como na elaboração de um perfil detalhado sobre os interesses do consumidor em pauta, em plataformas agregadoras como o Spotify, Deezer e Apple Music. Nelas, há uma categoria exclusiva para o podcast, eliminando assim o resgate de músicas, artistas e álbuns ao digitar um termo na caixa de pesquisa, porém, nenhum outro filtro ou distinção entre os títulos dos programas, seus responsáveis, temas, gêneros e formatos são presentes para a seleção. O mesmo ocorre em plataformas específicas de podcasts, como é o caso do Google Podcasts, e por isso, a abertura para a participação do bibliotecário extrapola a identificação, o cruzamento e a expedição de programas sonoros com o perfil de interesse do usuário solicitante, podendo atuar diretamente no desenvolvimento, ampliação e organização destas plataformas agregadoras.

A segunda intersecção entre a Disseminação Seletiva da Informação e o podcast está, justamente, no perfil de interesse dos usuários e consumidores. A Disseminação Seletiva da Informação atua na elaboração e no atendimento de perfis que representam rotinas, experiências e interesses distintos, direcionando a estes perfis informações que serão úteis diante de algum destes aspectos e até antecipando suas necessidades de acordo com o que já

foi reunido. O podcast, embora geralmente seja produzido de maneira descentralizada, está igualmente voltado a um segmento do público ouvinte, uma demanda diversa cujo perfil é pressuposto durante a escolha dos temas e potencial quanto às chances de consumo destes temas. A interação entre a via produtora e a receptora pode influenciar na alteração do conteúdo ou de sua dinâmica de publicação, tal como a Retroalimentação faz diante das manutenções e resolução de problemas na Disseminação Seletiva da Informação. Contudo, da mesma maneira que uma Política própria orienta a Disseminação Seletiva da Informação, a possibilidade de interferência em um podcast depende de seus objetivos, da relação existente e de seu grau de proximidade entre os podcasters e seu público. Em ambos os cenários, o público é nuclear para que o serviço de disseminação e a criação de programas sonoros existam.

Tratando-se dos podcasters, pode-se traçar uma terceira intersecção entre eles e os selecionadores humanos dos Recursos Informacionais ou os agentes responsáveis pelo fluxo do sistema. Em um podcast, a comunicação e a transmissão de informações ocorrem de maneira explícita e oralmente, seja com discussões, entrevistas, narrativas, informes ou outros formatos e gêneros que aqui cabem. Quanto maior for o domínio do podcaster ou de seus convidados sobre determinado assunto, mais qualidade tende a ter a informação veiculada. Na Disseminação Seletiva da Informação, a comunicação se dá a partir de um fluxo de elementos e da maneira indireta, podendo ou não conter análises e comentários de intermediários humanos. Por isso, quanto mais familiarizado forem estes intermediários com o sistema e o resgate de Recursos Informacionais, mais eficiente tende a ser a comunicação entre ambos e os usuários. No mais, tanto o podcast quanto a Disseminação Seletiva da Informação possuem etapas estruturais para que sejam exercidos, sendo o primeiro com os estágios de produção, conforme descritos na subseção 3.5, e o segundo, no fluxo e interconexão dos elementos internos para a execução, na subseção 2.1.

Tais etapas estruturais configuram outra intersecção, voltada para os custos. Um serviço de Disseminação Seletiva da Informação pode ter seus gastos minimizados de acordo com a rotina da equipe da unidade proponente em suas atividades, com tempo reservado para executar as etapas do serviço; os Recursos Informacionais disponíveis e acessíveis por esta mesma unidade e o uso de ferramentas da Internet para a realização da elaboração dos perfis e expedição aos usuários. Já o podcast pode ser produzido com o uso dos gravadores de voz nativos dos aparelhos celulares, os softwares e os portais de hospedagem gratuitos para o tratamento de áudio e a publicação dos episódios, e a divulgação através de mídias sociais e agregadores. A escolha de minimizar os gastos, ao tempo em que pode não apresentar os

resultados potencializados, como seriam caso recebessem maior investimento, acaba por ser uma boa opção preliminar para que toda dinâmica seja experimentada, como em um diagnóstico inicial, contendo as possíveis lacunas para o futuro investimento ou aprimoramento identificados.

A penúltima intersecção existente entre a Disseminação Seletiva da Informação e o podcast caracteriza-se por sua necessidade de introdução e familiaridade mínima com o usuário. No primeiro caso, é preciso que o usuário tenha ciência das capacidades e limitações do serviço, as opções diante dos Recurso Informacionais e as modalidades de acesso e recepção da informação, bem como a importância quanto à elaboração detalhada de um perfil e a avaliação que o retroalimenta. No segundo, o usuário consumidor precisa ter noções básicas quanto à navegação em páginas da Internet e em plataformas agregadoras de streaming, a localização dos podcasts que procura, os controles de pausa, avanço e retrocesso dos episódios e a reprodução destes episódios na modalidade online ou através do download em dispositivo móvel ou computador.

A última intersecção identificada diz respeito à adesão do podcast enquanto um Recurso Informacional na Disseminação Seletiva da Informação. Carvalho e Saldanha (2018) demonstram que o conceito de Princípio Monográfico de Paul Otlet, o qual estabelece que cada elemento intelectual de um documento pode ser incorporado e reincorporado em diferentes suportes e dimensões autônomas, gera um primeiro elo entre o podcast e a Biblioteconomia. Com base neste conceito, os autores indicam que os podcasts podem ser considerados documentos sonoros registrados temporalmente e desdobrados em diferentes camadas de informação, as quais são decompostas através da própria página onde o podcast está hospedado, a maneira pela qual os seus eixos temáticos e episódios são divididos, os assuntos contidos em cada episódio, suas especificidades, os participantes que discursam e o que discursam, e assim sucessivamente. Logo, se o podcast é configurado como um documento, ele está suscetível à representação e organização informacional, em uma prática que pode ser diretamente articulada com a atuação bibliotecária e com a Disseminação Seletiva da Informação. Desta forma, se um Recurso Informacional condiz com as fontes de informação, conforme exposto anteriormente, e os podcasts, por sua vez, possuem camadas de diferentes informações e são dotados de diversos temas, gêneros e formatos, o podcast pode ser tratado e difundido como um Recurso Informacional, expandindo assim as opções na etapa de busca e seleção, nos Pacotes Informacionais e expedição ao usuário na Disseminação Seletiva da Informação.

#### **4.1 Aplicabilidade do podcast como Recurso Informacional no contexto das bibliotecas**

Uma Biblioteca, segundo a definição do Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia (2008), é composta por coleções de registros formados por múltiplas linguagens e inseridos em diversos suportes cujos conteúdos são interpretados, tratados e disponibilizados por bibliotecários para um determinado público, a fim de atender às necessidades informacionais de pesquisa, lazer, educação e recreação. Para tanto, há diferentes tipos de Bibliotecas: infantis, escolares, públicas, comunitárias, universitárias, nacionais, especializadas e entre outras - cada qual orientada por Políticas e estruturas particulares que definem seu modo de operação, objetivos e público, oferecendo diferentes ferramentas, serviços e espaços enquanto tratam a Informação como matéria-prima.

Nas palavras de Valentim (2005, p. 210), a Informação é “um instrumento essencial para o exercício da cidadania, porquanto possibilita ao indivíduo compreender as transformações que estão alterando o panorama mundial”, servindo assim como fator fundamental para a tomada de decisões e para a orientação de condutas diante da esfera pessoal e coletiva; para a aquisição de conhecimentos e a favor do desenvolvimento. Quanto a esta aquisição, Silva e Ferreira (2019) afirmam que o boom informacional motivado pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), em conjunto com a Internet, alterou intensamente o fluxo de produção e disseminação da Informação, bem como seu acesso e consumo, tornando as ferramentas e os suportes tecnológicos fontes para o processo de construção do conhecimento e para a promoção de aprendizagens. Dessa forma, o exercício bibliotecário assume caráter mediador na relação entre a Informação produzida e registrada e seu público real ou potencial, estando igualmente inserido em diferentes contextos culturais, socioeconômicos e tecnológicos que acabam por influenciar e exigir novas dinâmicas e competências neste exercício. De acordo com Valentim

[...] espera-se que os profissionais bibliotecários sejam capazes de atuar de forma crítica, criativa e eficaz na identificação de demandas por informações de toda natureza e nível de complexidade, bem como no processamento de informações em diferentes documentos e suportes físicos, mediante a aplicação de conhecimentos teórico-práticos de coleta, tratamento, armazenamento, disseminação, busca e recuperação, apoiados nas tecnologias disponíveis e no gerenciamento de serviços e recursos informacionais e, também, através de suas ações nas áreas de planejamento, organização, administração e assessoria (VALENTIM, 2005, p. 215)

Com o advento da Web 2.0, Campos (2007) trata sobre o conceito de Biblioteca 2.0, que para além de uma proposta teórica e metodológica, oferece postulados empíricos pertinentes quanto à “aplicação de tecnologias interativas, colaborativas e multimídia baseadas em Web a serviços de bibliotecas e coleções baseadas em Web” (CAMPOS, 2007, p.8). Tal aplicação reflete quatro elementos fundamentais: o usuário como figura nuclear e participante ativo do consumo e produção de conteúdo; a experiência multimídia, transitando entre diferentes suportes e linguagens quanto à comunicação e conteúdo, em oferta que explora ferramentas da Internet como blogs, wikis e afins e em uma dinâmica semelhante àquela das comunidades virtuais, onde os usuários criam, compartilham e discutem temas de interesse; a riqueza social, levando-se em consideração a troca de experiências e informações entre os usuários e entre eles e os bibliotecários e demais indivíduos inseridos neste cenário; e a inovação comunitária, permitindo que o usuário altere a Biblioteca ao mesmo tempo que é por ela alterado, influenciando em seus serviços e modos de comunicação (CAMPOS, 2005; CARVALHO; SALDANHA, 2018).

Diante deste contexto e com base no que foi exposto até aqui, é necessário que o bibliotecário, enquanto principal agente em Bibliotecas de diversas tipologias, conheça novos instrumentos, produtos e soluções para lidar com o impacto causado pelos avanços e transformações de cunho Científico, Tecnológico e Comunicacional na sociedade, adotando uma atualização contínua que deve surgir e ser estimulada já através das escolas de formação em sua grade curricular, tanto sobre as perspectivas e alternativas acerca das competências quanto à técnicas de processamento, estratégias de mediação e fundamentos de gestão que são exigidas em um cenário que muda constantemente (VALENTIM, 2019).

Ao pensarmos na relação entre a Disseminação Seletiva da Informação e podcast no interior das Bibliotecas contemporâneas, duas são as propostas iniciais a serem executadas pelos bibliotecários.

A primeira delas diz respeito ao incorporar do podcast enquanto um Recurso Informacional no processo de Disseminação Seletiva da Informação. As premissas que figuram nos Serviços de Referência da Informação e as técnicas de busca, tratamento e organização contidas no repertório basilar da Biblioteconomia orientam este incorporar, o qual pode ser realizado não somente a partir da recuperação de episódios sonoros em plataformas agregadoras e sua consecutiva disseminação pela seleção cruzada com os perfis dos usuários, como também pode ser estruturado através da elaboração de uma base de dados própria, levando-se em consideração que, em sua maioria, os podcasts são publicados e disponibilizados gratuitamente na Internet. No caso de podcasts restritos a determinadas



plataformas, uma base de dados referencial pode ser cogitada sem que haja qualquer prejuízo aos direitos de reprodução dos mesmos. Essa possibilidade se relaciona diretamente com a característica, enquanto um sistema, de integração da Disseminação Seletiva da Informação com outros sistemas, demonstrando potencial de vínculo, inclusive, com a biblioteca digital, o catálogo online, o site institucional e outros meios que sejam mantidos e oferecidos pela Biblioteca proponente.

Por sua novidade, esta primeira proposta detém potencial para atrair novos usuários, complementarmente divulgando os outros recursos da Biblioteca por seu teor, além de inovar no processo de Disseminação Seletiva da Informação, de acordo com os suportes e a dinâmica atual da Internet, não limitando-se à documentos sonoros, mas com possibilidade de expansão a outros formatos. É notável que, para executar tal proposta, faz-se necessário primeiro aplicar, atualizar e adaptar o fluxo da Disseminação Seletiva da Informação, para que esteja emparelhado com os recursos, os objetivos da Biblioteca em questão e os perfis de seus usuários, e que o podcast, enquanto um Recurso Informacional, receba o devido subsídio de técnicas inerentes à Biblioteconomia, como a representação descritiva e a indexação, a fim de facilitar sua organização e difusão assertiva.

A segunda proposta refere-se ao bibliotecário enquanto produtor de podcasts em sua atuação, em atendimento a demandas informacionais específicas da comunidade de sua unidade – seguindo pressupostos da Disseminação Seletiva da Informação. Dentre estes podcasts, pode-se conceber programas com “áudios institucionais, tutoriais, trechos de videoaulas [...], webconferências, minicursos, *workshops*, rodas de conversa, colóquios, simpósios, jornadas, palestras [...], material instrucional ou de divulgação de acervos, produtos, serviços ou recursos” (SANTOS, 2019, p. 279), dentre outras tantas opções que ficam a encargo da criatividade e dos recursos disponíveis. Desta forma, as informações produzidas em áudio podem dinamizar o acesso a determinado material ou serviço, como também acaba auxiliando, orientando ou entretendo o usuário diante de determinado problema ou tema, transmitidas por um canal de divulgação que atualiza a comunicação da profissão e suas competências digitais. Santos (2019) ainda fornece dicas para podcasts produzidos por bibliotecários, as quais podem ser sintetizadas em: ser breve, na medida do possível, e economizar o tempo do ouvinte; adotar o entusiasmo na entonação e adaptar a linguagem de acordo com o público alvo em questão, incentivando-o a participar; trabalhar em equipe com outros bibliotecários e profissionais, expandindo as experiências e assuntos; adotar linguagem mais humorada e leve, quando pertinente; trabalhar a sonorização do episódio, para torná-lo mais atraente, e atentar para o controle do volume. O autor também questiona até que ponto o

bibliotecário deve expor sua opinião sobre determinado assunto e sinaliza para a precisão e imparcialidade, usando os fatos como base em seu discurso e para combater aquilo que vai em sua contramão, como as notícias falsas.

É notável que, para tanto, faz-se necessário todo um planejamento conceitual e prático, além de preâmbulos técnicos, que devem configurar o podcast e sua dinâmica, conforme as etapas mencionadas na subseção 3.5. Em suma, “todos os aspectos e práticas que regem a produção de *podcasts* demandam a colaboração e mediação bibliotecária, onde podemos vislumbrar um mercado promissor de atuação profissional” (SANTOS, 2019, p. 283).

A figura bibliotecária atua no núcleo de ambas propostas, responsável por planejar, executar e avaliar as ações que priorizam o usuário e lidam com as ondas de podcasts que são produzidos atualmente, tal como ocorreu com a explosão bibliográfica, anteriormente, e a expansão que a Internet promoveu nos dois casos. Enquanto atuante em uma unidade ou instituição de Informação e Cultura, é válido pontuar que o bibliotecário precisa tomar iniciativas que sejam mais ativas quanto ao desenvolvimento de novos produtos e métodos de divulgação, atraindo o usuário ao oferecer aquilo que ele busca e necessita de maneira eficiente. Esta atitude tende a atualizar o perfil não apenas da unidade em si, como também da profissão, promovendo uma via de comunicação direta e mais próxima com os usuários e correspondendo às novas perspectivas que são direcionadas para a função das Bibliotecas e seus espaços no século XXI, esmaecendo a imagem de local estático cujo objetivo está tão somente representado pelo armazenamento e classificação da Informação impressa.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta investigação, foi possível acompanhar a concepção e evolução do serviço de Disseminação Seletiva da Informação, desde sua antecedência com as técnicas e os Serviços de Referência das Bibliotecas e a operacionalização manual, atravessando o desenvolvimento dos Sistemas de Recuperação da Informação e a automatização possibilitada pelo uso dos computadores, e chegando à significativa alteração que adotou com o advento da Internet e da tecnologia RSS enquanto um sistema que objetiva elaborar perfis específicos de interesse, buscar e selecionar documentos em diferentes Recursos Informacionais, que atendem a estes perfis, e expedir tais documentos de maneira personalizada e corrente a um público crescente, cada vez mais cerceado pelo montante diverso de informações e seus diferentes suportes. Foi possível constatar que, apesar dos sessenta anos transcorridos desde a primeira implementação de um serviço de Disseminação Seletiva da Informação, e apesar de seu esmaecimento quanto ao interesse acadêmico com o surgimento do RSS, o conceito postula fundamentos que continuam funcionais, principalmente às Bibliotecas, revelando-se assim como um instrumento ágil e prático no processo de gestão e de aquisição do conhecimento, promovendo aberturas para a adaptação e atualização de seus elementos constituintes e seu fluxo de acordo com o contexto de cada unidade proponente e seu respectivo público.

Uma destas aberturas, explorada nuclearmente ao longo deste trabalho, diz respeito à incorporação do podcast como Recurso Informacional contemporâneo que demonstra relevância por sua aderência de consumidores, a flexibilidade e diversidade de produção, a quantidade crescente de novos programas sonoros publicados e as camadas de informação que eles ofertam através de múltiplos formatos e gêneros, além da dinâmica de navegabilidade que deixa a encargo de seu público.

As intersecções descritas entre o podcast e a Disseminação Seletiva da Informação corroboram para a relação entre ambos, sendo o primeiro um produto enquanto o segundo, um processo que incorpora este produto. O subsídio teórico-metodológico e especializado fornecido pela Biblioteconomia quanto ao tratamento da Informação, por sua vez, colabora para que a figura bibliotecária, familiarizada com a organização e a disposição da Informação por diferentes modalidades, com os sistemas eletrônicos e a ação intermediária entre os sujeitos e o conhecimento, assuma um papel central na adoção do podcast enquanto um Recurso Informacional, inovando por seu suporte, ampliando o alcance e divulgando sua instituição, e por fim, atualizando o domínio quanto a uma nova tecnologia comunicacional e

sua atuação profissional ao lidar com todo este processo, principalmente ao tornar-se um produtor de podcasts, que capta e disponibiliza informações sob demanda dos usuários locais e suas necessidades, com potencial informativo e que pode servir tanto como um documento quanto como uma via que aproxima as Bibliotecas e seu público, seja como um convite ao consumo ou como um complemento aos serviços, produtos e ações culturais já existentes no interior destas instituições.

Seja para a implementação de um serviço de Disseminação Seletiva da Informação, tomando o podcast como um Recurso, seja assumindo função na produção de podcasts, o bibliotecário deverá se apropriar de uma Política própria e das etapas que culminam em ambas as ações, conservando o interesse em fazê-las cumprir os objetivos previstos e concordantes à proposta de sua unidade de atuação, modificando a dinâmica de execução, se assim for necessário, e, não menos importante, relacionando o podcast com outras esferas da Biblioteconomia, levando-se em consideração que as possibilidades contidas nesta relação não devem se esgotar brevemente, indicando novas aproximações pela representação descritiva, indexação, elaboração de bases de dados, checagem e avaliação da Informação e potencialidade educativa, para mencionar alguns exemplos. Ou seja, trata-se de uma confluência fértil, cuja tendência é crescer e cujo presente trabalho se apresenta apenas como uma das múltiplas possibilidades de estudo.

## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Gabriel Gazoli. **O ano do podcast no Brasil: análise fenomenológica de um formato de mídia emergente**. 2019. Monografia (TCC) – Escola de Comunicações e Artes, Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2019.
- CAMPOS, Luiz Fernando de Barros. Web 2.0, biblioteca 2.0 e Ciência da Informação (I): um protótipo para disseminação seletiva de informação na web utilizando mashups e feeds RSS. 8ª Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação – ENANCIB. Salvador/BA, 18 a 31 out. 2007. **Anais**. Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: <http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/GT2--232.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.
- CARVALHO, Kelly Maria Ayala de; SALDANHA, Gustavo Silva. O som que o documento tem: o podcast e o princípio monográfico. **Brazilian Journal of Information Science Studies**, v.12, n.1, p. 36-44, 2018. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/6807>. Acesso em: 14 mar. 2022.
- CARVALHO, Paula Marques de. Podcast: novas possibilidades sonoras na Internet. 34º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, Recife/PE, 2 a 6 set. 2011. **Anais**, Recife, 2011. Disponível em: <http://docplayer.com.br/144969898-Podcast-novas-possibilidades-sonoras-na-internet-paula-marques-de-carvalho-2-pontificia-universidade-catolica-de-sao-paulo.html>. Acesso em: 14 jul. 2022.
- CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalinho de Oliveira. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Rio de Janeiro: Briquet de Lemos, 2008.
- CUNHA, Murilo Basto da; EIRÃO, Thiago Gomes. A atualidade e utilidade da Disseminação Seletiva da Informação e da Tecnologia RSS. **Encontros Bibli: Revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 17, n. 33, p. 59-78, jan./abr. 2012. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/14863>. Acesso em: 8 set. 2022.
- DIAS, Luana Gomes; CASTRO, Hallison Phelipe de; SILVA, Márcio Bezerra da. Categorização de serviços da Web 2.0: uma proposta de apoio aos bibliotecários. **Folha de Rostto**, v.1, n.2, p. 5-16, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://pbcib.com/index.php/pbcib/article/view/31719>. Acesso em: 8 ago. 2022.
- EIRÃO, Thiago Gomes; CUNHA, Murilo Basto da. Disseminação Seletiva da Informação: análise da literatura publicada no período de 1958-2012. **Inf. & Soc.**, João Pessoa, v. 23, n.1, p. 39-47, jan./abr. 2012. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/96251>. Acesso em: 8 ago. 2022.
- GAIMAN, Neil. **American Gods**. New York: HarperCollins Publishers, 2001.
- HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A geração podcasting e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v.15, n.37, p.101-106, 2008. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4806>. Acesso em: 23 jun. 2022.

LEHMKUHL, Karyn Munyk; ALVORCEM, Rochelle Martins; SILVA, Romario Antunes. A tecnologia RSS como auxiliar da seleção e disseminação da informação. **Rev. Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v.7, n.2, p. 116-125, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/3101>. Acesso em: 18 nov. 2022.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Cultrix, 2009.

LIMA, Maria Luiza Reis. Sistema de Disseminação Seletiva da Informação (SDI). **Arquivo & Administração**, v.6, n. 1, p. 10-12, abr. 1978. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/31825>. Acesso em: 18 nov. 2022.

LONGO, Rose Mary Juliano. Disseminação Seletiva da Informação (SDI): “estado de arte” e tendências futuras. **Rev. Bibliotecon**, v.6, n.2, jul./dez. 1978. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/99016>. Acesso em: 24 out. 2022.

LOPES, Leo. **Podcast**: guia básico. Rio de Janeiro: Marsupial, 2015.

LUIZ, Lucio. Breve história do podcast no Brasil e no mundo. In: LOPES, Leo. **Podcast**: guia básico. Rio de Janeiro: Marsupial, 2015, p. 10-15.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. 33º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Caxias do Sul/RS, 2 a 6 de set. 2010. **Anais**, Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-0302-1.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022

MATIAS, Ilana Lopes; AFFONSO, Mariana Bosio; OLIVEIRA, Ester Luiza de. Proposta de Serviços de Alerta e Disseminação Seletiva da Informação para a Biblioteca Pública Municipal de Marília “João Mesquita Valença”. **Rev. ACB**, Florianópolis, v. 24, n. 2, p. 390-404, abr./jul. 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7389307> . Acesso em: 18 nov. 2022.

MEDEIROS, Macello Santos de. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In. 38ª Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 5 a 9 set. 2005, **Anais**. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/84071885084469832222151638470992010359.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2022.

MEDEIROS, Macello Santos de. Podcasting: produção um antípoda radiofônica. 29º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Universidade de Brasília, 6 a 9 set. 2006. **Anais**. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109425410741320594702700363707183744831.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2022.

MORAIS, Alfredo. SOUZA, Rodrigo Silva Caxias de. Implementação de um Serviço de Disseminação Seletiva da Informação no Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul. **Rev. ACB**, Florianópolis, v. 24, n. 1, p. 217-237, dez./mar. 2018-2019. Disponível em: <https://revistaacb.emnuvens.com.br/racb/article/view/1530/0> . Acesso em: 18 nov. 2022.

NASTRI, Rosemeire Marino. Disseminação Seletiva da Informação: uma revisão bibliográfica. **Rev. Bibliotecon**, UFMG, Belo Horizonte, v. 15, n.2, p. 249-269, set. 1986.

Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/reb/article/view/36637>. Acesso em: 10 nov. 2022.

NOCETTI, Milton. **Disseminação Seletiva da Informação**: teoria e prática. Brasília: ABDF, 1980.

**PODPESQUISA**. Associação Brasileira de Podcasts. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa/>. Acesso em: 10 out. 2022.

PRIMO, Alex. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **InTexto**, Porto Alegre: UFRGS, v.2, n.13, p. 1-23, 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4210>. Acesso em: 20 mai. 2022.

REZENDE, Djaine Damiani. Podcast. Reinvenção da comunicação sonora. 30º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Santos/SP, 20 ago. a 2 set. 2007. **Anais**, Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0708-1.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2022.

SAAR, Cláudia Marta Arantes de Assis. A utilização do podcast como forma de segmentação, colaboração e informação. 36º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM. Manaus/AM, 4 a 7 set. 2018. **Anais**. Manaus, 2018. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/r8-0948-2.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2022.

SAMPAIO, Maria Imaculada Cardoso; MORESCHI, Erica Beatriz Pinto. DSI - Disseminação Seletiva da Informação: uma abordagem teórica. **Rev. Bibliotecon**, São Paulo, v. 23, n. 1/4, p. 38-57, 1990. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/000816755>. Acesso em: 18 nov. 2022.

SANTOS, Francisco Edvander Pires. Aspectos teóricos pragmáticos do uso de podcasts: possibilidades de incorporação à prática bibliotecária. In: FARIAS, Gabriela Belmont de; FARIAS, Maria Giovana Guedes (org.). **Competência e mediação da informação**: percepções dialógicas entre ambientes abertos e científicos. São Paulo: ABECIN, 2019, p. 271-285.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Dávila Maria Feitosa da; FERREIRA, Rodolfo Gabriel Santana. O uso do podcast na disseminação de informações étnico-raciais. **Folha de Rosto**, v.5, n. especial, p.109-117, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/463>. Acesso em: 20 mai. 2022.

SOUTO, Leonardo Fernandes. **Informação seletiva, mediação e tecnologia**: a evolução dos serviços de Disseminação Seletiva da Informação. Rio de Janeiro: Interciência, 2010.

THOMAS, Steve. Library-Podcast intersections. **Library Technology Reports**, v. 55, n.5, 2019. Disponível em: <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/7066/9626>. Acesso em 23 nov. 2022.

VALENTIM, Marta Lúcia Pomim. Reflexões sobre a ética e a atuação profissional do bibliotecário. **TransInformação**, Campinas, v.17, n. 3, p. 209-220, set./dez. 2005. Disponível

em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/bTLmBZqGVr5zRgBn4qKWkrS/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 ago. 2022

VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Tendências e perspectivas profissionais e as competências essenciais para a formação e a atuação do bibliotecário. **Rev. Eletrônica da ABDF**, v.3, n.2, p. 46-63, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://revista.abdf.org.br/abdf/article/view/23>. Acesso em: 20 ago. 2022

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: SOARES, Rosana de Lima; SILVA, Gislene (org). **Emergências periféricas em práticas midiáticas**. São Paulo: ECA/USP, 2018. p. 88-107.