



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Faculdade de Ciência da Informação

Curso de Graduação em

Biblioteconomia

INDEXAÇÃO DE PODCASTS DE CINEMA: INDICAÇÕES NO TRATAMENTO DE
DOCUMENTOS SONOROS DIGITAIS

Pedro Henrique de Carvalho Brito

Prof^a. Dr^a. Shirley Carvalhêdo Franco

Brasília

2025

Pedro Henrique de Carvalho Brito

**INDEXAÇÃO DE *PODCASTS* DE CINEMA: INDICAÇÕES NO
TRATAMENTO DE DOCUMENTOS SONOROS DIGITAIS**

Trabalho de Conclusão de
Curso apresentado ao
Curso de Graduação em
Biblioteconomia da
Faculdade de Ciência da
Informação da
Universidade de Brasília,
como parte dos requisitos
para obtenção do título de
Bacharel em
Biblioteconomia.

Orientador(a): Shirley Carvalhêdo Franco

Brasília,
Distrito Federal
2025

B862i

BRITO, P. H. C.

Indexação de podcasts de cinema: indicações no tratamento de documentos sonoros digitais / Pedro Henrique de Carvalho Brito. – Brasília, 2025.

52 f.

Monografia Bacharelado em Biblioteconomia – Universidade de

Orientação: Prof^a. Dr^a. Shirley Carvalhêdo Franco

1. Podcast 2. Indexação de Documentos Digitais Sonoros 3.
Documentação Digital de Áudio. I. FRANCO, Shirley Carvalhêdo



FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: INDEXAÇÃO DE PODCASTS DE CINEMA: INDICAÇÕES NO TRATAMENTO DE DOCUMENTOS SONOROS DIGITAIS

Autor(a): Pedro Henrique de Carvalho Brito

Monografia apresentada em **14 de fevereiro** à Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador(a) (FCI/UnB): Dra. Shirley Carvalhêdo Franco

Membro Interno (FCI/UnB): Me. Paulo José Viana Alencar

Membro Interno (FAC/COM/UnB): Dr. Elton Bruno Barbosa Pinheiro



Documento assinado eletronicamente por **Shirley Carvalho Franco, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Ciência da Informação**, em 19/03/2025, às 20:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Elton Bruno Barbosa Pinheiro, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Comunicação**, em 19/03/2025, às 21:30, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Paulo José Viana de Alencar, Professor(a) de Magistério Superior da Faculdade de Ciência da Informação**, em 20/03/2025, às 09:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site
[http://sei.unb.br/sei/controlador_externo.php?](http://sei.unb.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **12540126** e o código CRC **8A69C324**.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente à minha orientadora, Shirley, por inspirar a produção acadêmica e por orientar o orientando mais desorientado da universidade.

Aos amigos que fiz no curso de Biblioteconomia e aos amigos que fiz fora do curso, Callebe, Viny, Waliton, Luiza, Thiago e Marcos, obrigado pela companhia e palavras de incentivo.

À Ana Michelly, por todo amor e carinho, você tornou essa jornada muito mais leve.

Agradeço especialmente à minha mãe, Lusivânia, e às minhas irmãs, Ana Clara e Mariana, por todo amor e apoio. Sem vocês três, nada de mim existiria.

Agradeço à Universidade de Brasília.

RESUMO

Nosso trabalho tem como proposta explorar e discorrer sobre a criação e transformação dos *podcasts* como importantes meios de comunicação, informação e de arquivos. Enquanto mídias sociais, que não se limitam ao entretenimento, mas como importantes documentos digitais - fontes primárias de informação - que emergem no século XXI. Ao apresentar o histórico de criação dos *podcasts*, pretendemos igualmente realizar uma análise sobre a necessidade de tratamento dos arquivos, advindos da sobrecarga de conteúdo, aplicando princípios da Ciência da Informação para a recuperação desses documentos de áudio com foco na atribuição de termos indexadores. Sendo um estudo exploratório e descritivo, analisaremos dados estatísticos de bancos de dados disponíveis na *web*, como a *Pew Research Center*, dos últimos dez anos para dimensionar a média de consumo e os termos mais buscados, além a bibliografia disponível para traçar um panorama geral a respeito do arquivo de áudio sob o olhar da Ciência da Informação.

Palavras-chave: Podcast; Indexação de Documentos Digitais Sonoros; Documentação Digital de Áudio

ABSTRACT

Our study aims to explore and discuss the creation and evolution of podcasts as significant means of communication, information, and archival records. As social media platforms, podcasts extend beyond entertainment, serving as essential digital documents—primary sources of information—that have emerged in the 21st century. By presenting the history of podcast development, we also seek to analyze the need for proper archival management due to the growing overload of content, applying principles of Information Science to enhance the retrieval of these audio documents through the assignment of indexing terms. As an exploratory and descriptive study, we will analyze statistical data from web-based databases, such as the *Pew Research Center*, over the past ten years to assess average consumption trends and the most searched terms. Furthermore, we will review relevant literature to provide a comprehensive overview of digital audio archives from the perspective of Information Science.

Key words: Podcast; Indexing of Digital Audio Documents; Digital Audio Documentation.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAC - Advanced Audio Coding (Codificação de Áudio Avançada)
AIFF - Audio Interchange File Format (Formato de Arquivo de Intercâmbio de Áudio)
ALAC - Apple Lossless Audio Codec (Código de Áudio Sem Perda da Apple)
CMS - Content Management System (Sistema de Gerenciamento de Conteúdo)
FLAC - Free Lossless Audio Codec (Código de Áudio Sem Perda Livre)
MP3 - Moving Picture Experts Group -1 ou 2 Audio Layer III
M4A - Moving Picture Experts Group 4 Parte 14
OGG – Ogg
RPG - Role-Playing Game (Jogo de Interpretação de Papéis)
RSS - Really Simple Syndication (Sindicalização Realmente Simples)
SEO - Search Engine Optimization (Otimização de Mecanismos de Busca)
UnB - Universidade de Brasília
URL - Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos)
USP - Universidade de São Paulo
XML - Extensible Markup Language (Linguagem de marcação extensível)
WAV - Waveform Audio Format (Formato de Áudio de Onda)
WMA - Windows Media Audio (Áudio do Windows Media)

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - O crescimento do podcasting ao longo do tempo.....	19
Imagem 2 - Agrupamento por categorias no Spotify.....	32
Imagem 3 - Agrupamento por categorias na Apple Podcast	33
Imagem 4 - Notas do programa “Nerdcast 941 - Mitos da ciência 3”	36

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Plataformas de Podcast.....	24
Tabela 2 - Metadados descritores para Podcast	37
Tabela 3 - Gêneros mais comuns.....	40
Tabela 4 - Distribuição da produção por temas	41
Tabela 5 - Amostra exemplificada de indexadores para podcast de cinema	44

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	10
1.1.	PROBLEMA DE PESQUISA	14
1.2.	OBJETIVO GERAL	15
1.3.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
2.	HISTÓRIA DOS MEIOS: DAS ONDAS DO RÁDIO AO <i>PODCAST</i>	16
3.	PODCAST: DEFINIÇÃO E VARIAÇÕES DO CONCEITO	20
3.1.	<i>PODCAST</i> : ATUALIDADE DA WEB 2.0 A WEB 3.0	22
3.2.	AMADORISMO AO COMERCIAL: MUDANÇAS NO TRATAMENTO DE <i>PODCASTS</i>	26
4.	DOCUMENTOS DIGITAIS SONOROS COMO FONTES DE INFORMAÇÃO.....	29
4.1.	TRATAMENTO DOS DOCUMENTOS DIGITAIS SONOROS	32
4.1.1.	DESCRITORES	34
4.1.2.	INDEXAÇÃO	38
5.	ESPECIFICIDADES DOS <i>PODCASTS</i> DE CINEMA E SEUS DESCRITORES	43
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS.....	49

1. INTRODUÇÃO

As pessoas das gerações, conhecidas como Z, nascidas entre 1997 e 2012, e as da geração *Silent*, que compreende os nascimentos entre 1928 a 1945, não tiveram o mesmo acesso ao rádio como os integrantes da geração X, 1965 a 1980, os *babyboomers*, 1946 e 1964, ou os *millennials*, de 1981 a 1996. Dimock (2019, p. 2, 4, tradução nossa) indica que o acesso às tecnologias de comunicação varia significativamente entre gerações, sendo moldado pelas inovações tecnológicas disponíveis em cada período.¹ Portanto, os nascidos a partir de 1984 já fazem parte de uma cultura de migração do rádio para televisão, processo no qual o rádio perdeu sua hegemonia com a concorrência da TV (Matsuki, 2022). Poucos foram os que conservaram o hábito de ouvir ao rádio, seja para se informar, seja por entretenimento. Esse contexto de mudança nas mídias de comunicação ajuda a entender o surgimento e a popularização dos *podcasts*.

Entre as gerações *Silent* e Z existe mudanças significativas nos hábitos de consumo de mídia, especialmente em relação ao rádio. Na geração *Silent*, o rádio era o centro da vida doméstica, reunindo famílias para ouvir notícias e entretenimento. Já na geração X o rádio assumiu um papel essencial como fonte de música, conectando os ouvintes a tendências culturais e ao universo musical. Em contraste, a geração Z cresceu imersa em tecnologias digitais e personalizadas, como *smartphones* e serviços de *streaming*², que tornaram o consumo de conteúdo mais individualizado e sob demanda. Essas mudanças refletem as transformações tecnológicas e culturais que moldaram os hábitos de diferentes gerações.

Minha aproximação com os *podcasts* ocorreu de forma mais intensa em 2020, quando passei a consumi-los regularmente. O gênero cinematográfico, escolhido como foco deste estudo, sempre esteve entre minhas preferências. Considero pouco provável que meu hábito de consumo fosse o mesmo caso estivesse limitado ao rádio, ainda que o modo de fruição dessas mídias apresente semelhanças, o modo de consumo é similar, a versatilidade da nova mídia tornou o *Podcast* uma alternativa mais adaptável às demandas contemporâneas. Essas transformações tecnológicas são parte de um fenômeno natural, assim como televisores de tela plana e computadores de alta capacidade substituíram as antigas ferramentas e suportes tecnológicos, como a televisão em preto e branco, que deixou de ser popular nas décadas de 1960 e 1970. Essas novas formas de consumo ditam o ritmo da produção midiática.

¹ Esses termos geracionais são relativamente recentes e foram retirados do estudo: DIMOCK, M. ***Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins***. Pew Research Center, 2019. Disponível em: <http://tony-silva.com/eslefl/miscstudent/downloadpagearticles/defgenerations-pew.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2024.

² *Streaming* é a transmissão de dados em fluxo em tempo real pela *internet*.

Nesse contexto que o *podcast* surge como se fosse uma forma de redenção do rádio. Desde seu surgimento, nas últimas duas décadas, os *podcasts* vêm ganhando cada vez mais ouvinte para sua comunidade. Hoje, cerca de 21,1% da população mundial afirma ouvir *podcasts* mais de cinco horas por semana, de acordo com dados da YouGov³, plataforma multinacional que coleta dados especializados no mercado *on-line*.

Outras fontes também apresentam o cenário midiático do *podcast*/vídeocast se destacando com números impressionantes, conforme indica o relatório da Nielsen⁴, que realizou uma pesquisa sobre o consumo de *podcast* em uma amostra de entrevistados na qual 21% das pessoas pretendem consumir mais *podcasts*, número bem superior aos 12% que pretendem aumentar o consumo de outras mídias. O estudo foi realizado para entender o aumento do público de *podcasts* durante os anos da pandemia de Coronavírus de 2020 no Brasil (Nielsen, 2022).

De acordo com a pesquisa, especialmente entre as gerações Y e Z, há uma forte tendência de iniciar, manter ou aumentar o consumo de *podcasts*, um número significativamente superior àqueles que indicam intenção de abandonar o hábito. Isso evidencia uma identificação marcante desse público com o formato. O relatório também destaca que, nos últimos três anos, o consumo mundial de *podcasts* cresceu 40%, quase o dobro do aumento registrado para a televisão ou mídias sociais. As projeções indicam um crescimento ainda mais expressivo nos próximos anos.

A pandemia de Corona Vírus, que mobilizou o planeta e fez as pessoas se isolassem em *lockdown* pela necessidade do distanciamento social, contribuiu para o aumento da procura por mídias alternativas, como o *podcast*. Com a elevação das buscas, a produção de conteúdo nestas plataformas também foi alavancada. Hoje, a todo instante, é publicada uma grande quantidade de *podcasts* nas plataformas de *streaming*.

Durante a pandemia de coronavírus, o *Flow Podcast*⁵ destacou-se como um dos principais canais do cenário midiático brasileiro. Fundado em 2018 por Bruno Monteiro Aiub, conhecido como Monark, e Igor Rodrigues Coelho, conhecido como Igor 3K, o *podcast* foi inspirado no formato do

³ Site de análise de dados com pesquisas *online*: CHAVEZ, A. R. **Brasil: 20,4% ouvem podcasts mais de 5 horas por semana**. Business Yougov, 12 set. 2023. Disponível em: <https://business.yougov.com/pt/content/47336-brasil-201-ouvem-podcasts-mais-5-horas-semana>. Acesso em: 30 mai. 2024

⁴ Site de medição de audiência e análises de dados: NIELSEN. **Podcasting hoje**. Maio de 2022. Disponível em: <https://www.nielsen.com/pt/insights/2022/podcasting-today/> Acesso em: 14 jul. 2024.

⁵ O *Flow Podcast* ganhou notoriedade não apenas por seu conteúdo ou pelo novo formato adotado, mas também por mediar e participar de uma série de polêmicas, como apologia ao nazista e apologia ao uso de drogas: **Flow Podcast foi intimado após programa com Matuê por fazer "apologia ao uso de drogas"**. Portal Rap Nas Caixas. 1 mai. 2021. Disponível em: <https://www.portalrapnascaixas.com/post/flow-podcast-foi-intimado-ap%C3%B3s-programa-com-matu%C3%AA-por-fazer-apologia-ao-uso-de-drogas-confira> Acesso em 15 dez. 2025. MELLO, Daniel. **MP vai investigar apresentador e produtora por apologia ao nazismo**. Agência Brasil, São Paulo, 09 fev. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2022-02/mp-vai-investigar-apresentador-e-produtora-por-apologia-ao-nazismo> Acesso em: 15 mar. 2025.

americano *The Joe Rogan Experience*, de Joe Rogan, um dos maiores nomes da *podosfera* mundial. Além de consolidar sua popularidade durante esse período, o *Flow Podcast* influenciou diversos criadores a iniciarem suas próprias produções. O formato do programa segue o padrão de entrevistas descontraídas, o programa já recebeu uma ampla gama de convidados, incluindo influenciadores digitais, políticos, celebridades e outras personalidades de destaque.

Há exemplos de *podcasts* que começaram desde o início dos anos 2000 e perduram até hoje, como o *NerdCast*, criado em 2006 em um blog chamado *Jovem Nerd*. O *podcast* idealizado e produzido pelos cariocas Jovem Nerd, pseudônimo de Alexandre Ottoni, e pelo Azaghal, pseudônimo de Deive Pazos Gerpe, é considerado hoje um dos maiores sites brasileiros sobre cultura pop. E apesar de venderem o site para a marca Magazine Luiza em abril de 2021, seguem participando dos programas e publicando episódios semanais com temas variados. Entretanto, muitos *podcasts* desapareceram com o tempo. Como o primeiro *podcast* publicado no Brasil, intitulado *Digital Minds*, criado por Danilo Medeiros em 21 de outubro de 2004, e assim como esse muitos outros programas não tiveram continuidade. A preservação sensível desses registros seria de suma importância para futuros estudos ou simplesmente para conhecer sua trajetória enquanto mídia.

O *podcast* é um documento extremamente adaptável para os novos meios de comunicação, cativa um enorme público, o que explica seu crescimento mundial. No início, apesar do seu público ser mais restrito, enquanto consumidores dessas mídias, havia uma forte fidelidade pela proposta. A variabilidade de temas tratados é outra característica que o distingue do rádio e tem atraído cada vez mais pessoas para esse universo que desperta tanta curiosidade.

O diferencial deste estudo, em relação a outros trabalhos sobre o tema, está em sua abordagem específica do tratamento técnico da indexação sob a perspectiva da Ciência da Informação. Utilizando os *podcasts* de cinema como exemplo, o estudo analisa a mídia a partir da concepção de documento de arquivo:

Todos os livros, papéis, mapas, fotografias ou outros materiais documentais, independentemente de sua forma física ou características, produzido ou recebido por qualquer instituição pública ou privada em decorrência de sua obrigação legal ou em conexão com a transação de seu negócio; preservado ou apropriado para a preservação por essa instituição ou seu sucessor legítimo, como evidência de suas funções, políticas, decisões, procedimentos, operações, outras atividades ou em decorrência do valor informativo dos dados que contém. (Schellenberg, 1975, p.16, tradução nossa)

Enquanto Carvalho e Saldanha (2018) discutem o uso do *podcast* e suas implicações na noção do "princípio monográfico" de Otlet (1934), Viana (2023) descreve o papel do *podcast* na comunicação e sua função jornalística, e Felice (2018) investiga o comportamento do usuário em relação à descoberta e escolha dos *podcasts*.

Nosso estudo visa explorar o *podcasts* e sua evolução, examinar a relação entre seu tratamento e publicação enquanto arquivo digital, destacando o aspecto técnico da gestão da informação nesse contexto. Para além de outros aspectos, nossa abordagem se propõe a explorar a origem e as características dessa mídia emergente, distinguindo-se, principalmente, por não abordar o tema somente como um meio digital, mas também como um documento que tem a necessidade de indexação para recuperação, sobretudo diante da sobrecarga de conteúdo advinda da *web 3.0*.

Embora existam estudos que analisam *podcasts* sob outras perspectivas, a área da Ciência da Informação ainda carece de uma análise abrangente sobre a maneira como esses conteúdos devem ser tratados e organizados dentro do contexto da dinamicidade informacional. Dada a natureza sensível e frágil dos arquivos digitais, é fundamental estabelecer práticas sistemáticas de tratamento e conservação para garantir a longevidade e a acessibilidade dos *podcasts* como fontes de informação. Como exemplo destaca-se o *Digital Minds*, criado em 21 de outubro de 2004, por Danilo Medeiros, e o “*Gui Leite Podcast*”, em 15 de novembro também de 2004, ambos descontinuados. Tais programas já não podem ser recuperados facilmente hoje em dia.

A abundância de opções de *podcasts* disponíveis traz desafios significativos para a recuperação e preservação da informação. Os ouvintes enfrentam sobrecargas de informações, com dificuldades para filtrar e selecionar os *podcasts* que melhor atendam aos seus interesses em meio a uma vasta gama de conteúdos disponíveis. A falta de padronização e indexação dos *podcasts* dificulta a recuperação e capacidade de descoberta das informações nos padrões de busca. Os buscadores tornam-se limitados e o público não consegue aproveitar o potencial das principais plataformas.

Diante do exposto, propõe-se que um sistema padronizado e eficiente de tratamento dos *podcasts*, como a indexação adequada, sanaria esta problemática e dificuldade de filtragem informacional de muitos usuários. Abreviaria as buscas, possibilitaria o acesso a tópicos específicos e a checagem de informação confiável ou não em meio a disponibilidade quase ilimitada disponível na *web*. A vastidão deste mundo digital impele que os usuários lidem com o volume de conteúdo, e neste contexto, o tratamento da informação é essencial para a navegação no universo de *podcasts*.

Com estes propósitos, essa pesquisa adota uma abordagem qualitativa e exploratória, utilizando análise de conteúdos e a revisão bibliográfica. Foram analisados materiais relevantes sobre a evolução dos *podcasts* e sua comparação com o rádio, artigos acadêmicos, dissertações e teses que abordam práticas e métodos de tratamento de materiais digitais para explorar a complexidade e a diversidade dos *podcasts* como arquivos digitais.

Exploraremos a aplicação da função de tratamento da informação utilizando os textos de Lancaster (2004), Macambyra (2024) e Euritt (2023), atribuindo a esses documentos uma perspectiva da Ciência da Informação no contexto dos *podcasts* de cinema. Ao compreendermos a história e a

evolução dos *podcasts*, podemos indicar estratégias eficazes para categorizar e indexar esse meio de comunicação emergente, aprimorando assim a experiência dos ouvintes e promovendo uma cultura de consumo informado.

Contextualizando essa discussão, este estudo também examinará os dados métricos dos reprodutores, os quais fornecem listas dos *podcasts* mais populares em diversos países com base em dados da *Apple Podcasts* e do *Podtail*. Ao analisar sua influência, alcance e impacto na sociedade contemporânea, este estudo busca compreender melhor a história e a paisagem atual dos *podcasts*, capacitando-nos a enfrentar os desafios e compreender as oportunidades que essa forma de mídia oferta, tanto em termos de acesso à informação quanto na promoção de uma comunicação mais eficiente e seu impacto no campo da informação.

Por meio do levantamento de dados sobre *podcasts*, da revisão bibliográfica da área da Ciência da Informação e da análise crítica, espera-se contribuir para organização de um panorama geral sobre a evolução do meio de comunicação buscando entender e contextualizar ao tratamento do arquivo sonoro digital chamado “*podcast*”. Essa abordagem metodológica permite uma investigação sistemática e a obtenção de dados relevantes para alcançar os objetivos propostos.

A reflexão acerca da recuperação dos arquivos de áudio emerge do crescente volume de produção de áudio, a dificuldade na recuperação e preservação de seus arquivos. Hoje há mais horas de *podcast* do que é possível escutar em uma vida, e há uma vastidão de episódios de extrema qualidade, seja informacional, jornalístico, seja para entretenimento, sendo função do profissional da informação entender este conteúdo e mediá-lo aos usuários.

Enquanto justificativa, diante da mudança comportamental de usuários informacionais com a grande quantidade de dados que são gerados a cada segundo e o padrão de consumo dessa informação disponível, buscou-se analisar como tratar os *podcasts* como documentos digitais e investigar o tratamento empregado a essas mídias.

A partir de uma perspectiva da Ciência da Informação sobre esse meio de comunicação e informação e a função da indexação na sua representação, buscou-se dimensionar este cenário mediático – o universo dos *podcasts* - e destacar a importância do tratamento e descrição da representação desses documentos.

1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

A partir do cenário atual dos *podcasts*, como a padronização e atribuição de indexadores qualificados, em especial sobre *podcasts* de cinema, se relaciona com recuperação eficiente desses

arquivos na *web* pelos usuários? Como tratar o documento de maneira que não só facilite o armazenamento, a busca e o acesso a tópicos específicos, mas também auxilie o ouvinte a filtrar e selecionar conteúdos confiáveis em meio a vasta sobrecarga de conteúdos e informações disponíveis no crescente universo dos *podcasts*.

Qual seria a importância do tratamento do *podcast*, enquanto documento digital de áudio, e as práticas para a indexação que corroboram com a facilidade da busca e o acesso a tópicos específicos por meio da filtragem e seleção, utilizado de termos relacionados aos episódios, para a difusão do conhecimento e melhora do mecanismo de busca? As práticas de indexação de *podcasts* de cinema, que têm como objetivo facilitar a busca e o acesso a tópicos específicos, como a padronização e atribuição de indexadores qualificados, se relacionam com a melhoria da recuperação desses arquivos na *web* pelos usuários.

1.2. OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste trabalho é refletir e investigar o tratamento temático da informação em *podcasts*, a dinâmica das transformações dos *podcasts* como fontes emergentes de informação, analisando sua trajetória histórica, sua relação com o rádio e outras mídias, dentro das melhores práticas de indexação e tratamento da informação para facilitar o acesso, a busca e o consumo de conteúdos confiáveis e relevantes, com foco nos *podcasts* sobre cinema enquanto documentos sonoros digitais. O estudo também busca explorar o impacto dos *podcasts* na disseminação de conhecimento, sua interação com os ouvintes e seu potencial como ferramenta de comunicação em um ambiente digital saturado de informações.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar levantamento bibliográfico - em referências nacionais e internacionais - sobre a história dos *podcasts* destacando sua importância crescente como mídia social e documento digital sonoro;
- Analisar e comparar uso do *podcast* com rádio, coletar e interpretar dados sobre consumo de *podcast*;
- Propor críticas a respeito do tratamento empregado pelos produtores e distribuidoras de *podcast* em meio a um cenário em que a quantidade massiva de *podcasts* disponíveis afeta a capacidade dos usuários de encontrar e selecionar aqueles que atendam às

suas necessidades de conteúdo;

- Identificar os métodos de tratamento do documento empregados pelos autores e produtores de *podcast*, com destaque para o tema de cinema e discutir suas limitações, eficácias aplicáveis;

2. HISTÓRIA DOS MEIOS: DAS ONDAS DO RÁDIO AO *PODCAST*

O *podcast* pode ser compreendido como parte de um processo evolutivo dos meios de comunicação sonoros. Neste estudo, a evolução é abordada no sentido de transformação das dinâmicas comunicacionais, e não necessariamente como um aprimoramento qualitativo. A trajetória histórica que se inicia com as primeiras transmissões radiofônicas e culmina na era dos *podcasts* envolveu o desenvolvimento de diversas tecnologias de áudio, bem como mudanças nas formas de consumo e compartilhamento de informações pela sociedade.

O rádio, enquanto tecnologia das massas, representa uma revolução na comunicação que abriu caminho para a aceitação dos *podcasts* como mídia emergente do século XXI. Ao compreendermos melhor a trajetória dessas tecnologias, é possível ter um olhar mais amplo sobre sua adaptação e adequação (Medeiros, 2006).

As mídias sonoras passaram por uma longa evolução de descobertas e aperfeiçoamentos, desde a invenção do fonógrafo, passando pela evolução dos gramofones, discos de vinil e outros dispositivos de reprodução sonora, até a chamada “Era do Rádio”. O rádio, como conhecemos, nasceu em uma transmissão no ano de 1906, em Massachusetts, nos Estados Unidos. A invenção foi gerada pela evolução e junção de outras tecnologias, em especial: o telefone sem fio, a telegrafia e as ondas de transmissão. (Diana, [s.d.])

Em 1886, Heinrich Hertz apresentou a inovação das ondas eletromagnéticas, demonstrando que a corrente elétrica podia se propagar pelo espaço na forma de ondas. Com base nesse conceito, Guglielmo Marconi desenvolveu a tecnologia para transmitir sinais por ondas de rádio, criando o que atribuiu como telégrafo sem fio (Diana, [s.d.]), desempenhando um papel crucial na popularização do rádio como meio de comunicação das massas no início do século XX e preparando o terreno para a evolução da comunicação até a era dos *podcasts*.

A partir de sua criação, o rádio surgiu em diversas formas de suporte e se espalhou por todas as partes do mundo para atender às diferentes necessidades de seus usuários, motivados por razões políticas, sociais, econômicas e culturais. Embora o rádio tenha a característica de suprir necessidades informacionais, essa funcionalidade pode ser ignorada se o definirmos apenas por suas características

tecnológicas. Definições puramente técnicas não conseguem acompanhar a flexibilidade e as mudanças ao longo do tempo (Euritt, 2023), o que também ocorre com os *podcasts*, cuja definição será abordada com mais profundidade no próximo capítulo.

É fundamental que as definições conceituais permitam espaço para a evolução dessas mídias ao longo do tempo e em diferentes contextos. Mas qual é, afinal, a distinção entre o rádio e o *podcast*? Segundo Euritt (2023), em *Podcasting as an Intimate Medium*, o *podcast* pode ser considerado uma versão digitalizada do rádio, dado o grande número de semelhanças com o formato tradicional. O *podcast*, sendo um formato sonoro, surge em meio às discussões sobre como o rádio se apropria de novas plataformas e modalidades. No entanto, em seu início, houve dificuldades em identificar claramente o que diferencia os *podcasts* do rádio.

Como forma de distinção em relação ao rádio e ao *podcasting*, Euritt (2023) apresenta propostas de pensamentos em que o rádio, por definição, não possui características essenciais fixas, mas sim categorias de características que podem ser aplicadas a todas as suas manifestações, independentemente das mudanças de seus aspectos.

Essas categorias, chamadas de “Enquadramentos discursivos”⁶ abrangem aspectos como transmissão, texto, subtexto, audiência, estação, economia política, tecnologias de produção, prática profissional e cultura promocional, enquanto o *podcast* pode ser considerado uma prática cultural e comercial que envolve os processos de produção, transmissão, circulação e consumo de *podcast*.

Apesar dos primeiros *podcasts* terem, inicialmente, adotado a linguagem e a estrutura do rádio, hoje é possível diferenciá-los facilmente pelos serviços *online*. O Spotify lançou sua seção de *podcast* separadamente anos após oferecer serviço de *streaming* de rádio, já o iTunes, por exemplo, sempre manteve as duas formas separadas.

Segundo Euritt (2023), o *podcast* não é considerado rádio apenas devido à diferença na nomenclatura e ao fato de as discussões populares tratarem os dois como mídias distintas, apesar de suas semelhanças e conexões históricas. Euritt entende o *podcast* como uma espécie de readequação do rádio no ambiente digital, mas reconhece a complexidade dessa interpretação.

Entretando, analisando a origem do termo “rádio”, que deriva de “irradiação”, e se refere à tentativa de transmitir ondas eletromagnéticas convertidas em sons audíveis por meio de irradiação. Nesse contexto, o formato do rádio está diretamente vinculado ao suporte e ao meio de transmissão. O *podcast*, por outro lado, não se trata de uma transmissão de rádio. Como aponta Medeiros

Podcasting, ao contrário do que muitos pensam, não é uma transmissão de rádio (ou, como o artigo do The Guardian cita “programas de rádio para baixar”) e, muito menos, um *podcast* não é um programa de rádio, no máximo, uma metáfora de um

⁶ Tradução livre de “discursive frames”.

programa de rádio (Medeiros, 2006, p. 6).

Por ser um formato digital, o *podcast* está disponível em uma ampla variedade de dispositivos, conectados, ou não, à *internet* como os *smartphones*, *tablets*, computadores, *notebooks*, *smart TVs*, assistentes virtuais, consoles de videogame, receptores de rádio com suporte à *internet*, reprodutores de mídia em *streaming*, dispositivos de áudio portátil, fones de ouvido inteligentes, óculos inteligentes (*smart glasses*), dispositivos IoT (*Internet of Things*), entre outros dispositivos. Nesse sentido, o *podcast* ultrapassa as limitações do rádio quanto ao suporte e à transmissão. No entanto, ele não oferece grandes inovações em relação às funcionalidades que a tecnologia tradicional do rádio já proporcionava.

A popularização dos *podcasts* está intimamente ligada ao conceito de *streaming*. “*Streaming*” é uma derivação da palavra “*stream*”⁷. O termo se refere à transmissão de dados em fluxo em tempo real pela *internet*, como conteúdo de vídeo, músicas e jogos. Os *podcasts* utilizam a mesma tecnologia para entregar episódios instantaneamente aos ouvintes por meio das plataformas de *streaming* e seus hospedeiros.

Hospedeiro são os *softwares* agregadores, chamado de *podcatcher*, usado para editar e gerenciar os *feeds*, termo usado para lista de URLs⁸ que disponibiliza as publicações conforme sua data de lançamento. Funcionam transmitindo informações por meio de um fluxo de dados de um servidor e com auxílio de um decodificador que atua como um navegador *web* onde chega aos usuários. As três partes, o servidor, o fluxo de informações e o decodificador, devem trabalhar em harmonia para realizar o *streaming*. (Maia; Silva, 2016)

O hospedeiro atua como um Repositório Institucional que possibilita a preservação e acesso a *podcasts* produzidos por entidades. Ou seja, são sistemas de gerenciamento de conteúdo que empregam metadados indicados para distribuição e aprimoramento da disseminação de conteúdos. E como formato, os *podcasts* são documentos digitais em formato de áudio que podem ser descritos e coletados como qualquer outro material, apenas usando seus metadados. (Collins; Moore, 2024)

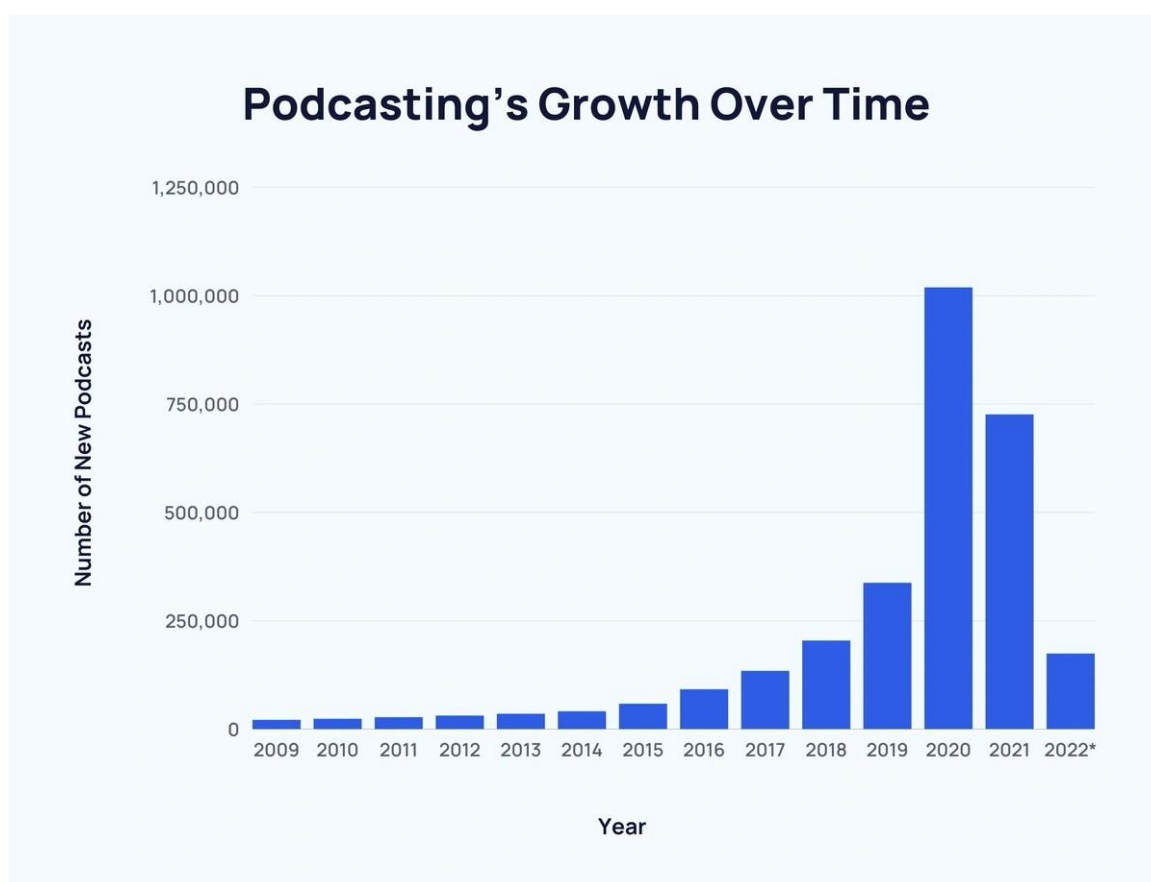
O *Streaming* favoreceu o crescimento e diversificação dos *podcasts* no Brasil que, segundo Scatamburlo e Campos (2020), o consumo de conteúdo de músicas, *podcasts* e notícias por *streaming* de áudio alcançou cerca de 30% do total de usuários da *internet* no Brasil em 2015. As expansões dos tipos de conteúdo disponíveis em formato de *podcast* abrangem esse crescimento desde matérias sobre educação e notícias até entretenimento e ficção.

⁷ Tradução livre para “Córrego ou riacho”.

⁸ *Uniform Resource Locator*, conhecido no Brasil como “Localizador Uniforme de Recursos”. É o endereço de acesso para recursos e arquivos na *internet*.

Dados do *website Exploding Topics*⁹ apresentam que houve um grande aumento de novos *podcasts*, especialmente na década entre 2010 e 2020, conforme mostrado na **Imagem 1** que apresenta um gráfico da evolução ao longo do tempo. Mesmo com o crescimento, a mídia ainda fica muito atrás de formas de mídias mais tradicionais, como filmes ou músicas. Por exemplo, há cerca de três vezes mais filmes catalogados na plataforma de filmes *IMDb*¹⁰, com 8,3 milhões, e cerca de 22 vezes mais músicas no *Spotify*, com 70 milhões a mais que canais de *Podcasts*. Considerando essas estáticas fornecidas por Howarth (2024), há hoje cerca de 4,1 milhões de *podcast* ativos no mundo superando os audiolivros em mais de 6 vezes, com 47 mil na plataforma *Audíve*.

Imagem 1 - O crescimento do *podcasting* ao longo do tempo



Fonte: Howarth, 2024.

O rádio foi um veículo de comunicação fundamental para a humanidade, principalmente para o final do século XX. Observando sua trajetória e desenvolvimento, desde o início da era das ondas de rádio até a emergência dos *podcasts*, nota-se que os meios estão em constante inovação. O telefone sem fio e as tecnologias que deram origem ao rádio, começaram uma revolução tecnológica com

⁹ Plataforma de análise de dados para previsão de tendências por meio de um banco de dados.

¹⁰ Base de dados de filmes e séries, dentre outros conteúdos, com informações de elenco, equipe de produção, sinopses e avaliações de fãs e críticos.

início no século XX, período no qual novas formas de transmissão eram empregadas e o consumo igualmente adaptado, começou então uma revolução comunicacional.

Castro apresenta o *podcast* como um fenômeno típico da chamada cibercultura, a esfera da cultura eletrônica da *internet* (Lemos, 2002 *apud* Castro, 2005) e aborda a interligação das tecnologias e culturas midiáticas que se estendem das produções e uso de textos até a criações dos próprios fãs clubes, que vêm contribuindo para consolidação crescente do *podcast* na cena contemporânea.

Portanto, hoje, e guardadas as devidas proporções, o *podcast* é o que o rádio já foi um dia. É resultado das necessidades de consumo dos usuários, com a praticidade das novas tecnologias de mídia, e tornou-se parte da indústria digital.

3. **PODCAST: DEFINIÇÃO E VARIAÇÕES DO CONCEITO**

Assim como citado no capítulo anterior, a definição dos conceitos dos meios de comunicação é um problema comum nos estudos de mídias. Sempre há obstáculos para defini-los de maneira que englobe toda a sua tecnologia, conteúdo, públicos, práticas profissionais e outros aspectos inerentes ao meio. Em qualquer veículo de mídia, todos esses aspectos devem funcionar em conjunto, e qualquer definição precisa incluir suas diversas propriedades, com uma margem de manobra para que suas propriedades mudem ou se desenvolvam ao longo do tempo e em diferentes comunidades sem perder o aspecto fundamental. Configurações puramente técnicas, como definir os *podcasts* por *Feeds Really Simple Syndication*¹¹ (RSS) ou definir a televisão por seus aparelhos transmissores, não são maleáveis o suficiente para acompanhar as mudanças do tempo.

A palavra “*podcast*” começou a ser usada em 2004 no idioma inglês, e hoje é um dos termos mais populares da atualidade, em relação à forma de conteúdo. É composta pela junção da abreviatura dos termos *Portable Device*¹² (**POD**) ou *Personal on Demand*¹³ (**IPOD**), o nome referente a patente de dispositivos multimídia da *Apple Inc.*¹⁴ e **Broadcasting**, que é a radiodifusão, ou seja, o canal de distribuição de rádio (Mota, 2019). Desde seu surgimento o *podcast* passou por uma série de mudanças em sua definição, o *podcast* era tratado como uma variação dos *blogs* por causa da semelhança gigantescas do formato no qual havia uma forte participação do público com o autor dos programas.

A principal característica que torna esse formato diferente dos *fotoblogues*, *videoblogues* ou

¹¹ Formato de distribuição de conteúdo na *internet* que em combinação com um leitor de RSS fornece novos conteúdos sempre se são publicados diretamente com o público.

¹² Tradução livre para “Dispositivo portátil”

¹³ Tradução livre para “Pessoal e Sob Demanda”

¹⁴ Usada como sinônimo para “Tocador de MP3”

audioblogues é que desde o início o *podcast* foi idealizado para ser um arquivo de distribuição somente de áudio por meio de um “*Feed* de publicação”, isto é, um canal que entrega diretamente o produto para o ouvinte. Este “*Feed* de publicação” é baseado no padrão RSS, que é um formato de distribuição constante para assinantes - um dos pilares dos agregadores de *feeds* de notícias e ferramentas da *Web 2.0* - que já era utilizado em *blogs* na *internet*. Hoje os aplicativos de reprodução, como o *Spotify*, *YouTube Music*, *Amazon Music* etc., já encaminham diretamente as novas produções para os assinantes e consumidores. (Euritt, 2023)

Em sua forma original, a criação do *podcast*, em 2004, é constantemente designada ao estadunidense Adam Curry (Redaflavia, 2024), empresário, radialista e criador da primeira plataforma de *podcasts* que se tem conhecimento por meio da *Applescript*¹⁵. A ideia é que os assinantes tivessem acesso a todos os programas completos para ouvir onde e quando quisessem.

Curry foi o primeiro que disponibilizou o código do agregador na *internet* para que outras pessoas tivessem acesso e o aprimorassem. Por meio de um microfone e um *software* de gravação de áudio no computador, produzia seus programas com efeitos sonoros de abertura, as chamadas vinhetas, músicas e notícias à disposição para qualquer pessoa na *internet* ter acesso. Até então, a grande novidade em comparação ao rádio era sua característica sob demanda, permitindo que os ouvintes consumissem de maneira livre e espontânea, tanto os episódios inéditos quanto os posteriores, diferentemente da *internet*. Nasce então uma nova mídia que fornece arquivos de áudio na *internet* (Mota, 2019).

Para Carvalho (2016), a definição mais adequada para *podcast* é a de um documento digital sonoro digital, que transmite a informação do emissor ao receptor, como um canal. Possui materialidade e é atualizado a todo momento suprimindo a necessidade instantânea de informação do público, característica da *Web 2.0*.

No dicionário *online*¹⁶, Ribeiro aborda o termo “*Podcast*” como um substantivo masculino, um arquivo de áudio divulgado com regular periodicidade cujo conteúdo se assemelha aos programas de rádio. Podem ser baixados diretamente da *internet* e/ou por dispositivos próprios através dos *Feed* de publicação e essa é a definição que seguiremos no decorrer da presente pesquisa.

Há outras definições de *podcast* como o apresentado pela Conde (2009), que interpreta o termo em uma perspectiva mais atualizada, considerando o formato de “*videocast*”. Para a autora, trata-se de uma forma de publicação de arquivos multimídia, incluindo áudio, vídeo, foto, etc., na *internet* e para assistir síncrona ou assincronamente.

¹⁵ Remete a uma linguagem para a interface do sistema operacional da *Apple* de computadores

¹⁶ RIBEIRO, D. *Podcast*. Dicionário *online* de português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/podcast/>. Acesso em: 20 jun. 2024

Outra nomenclatura e definição importantes que usaremos ao longo desta pesquisa é a distinção entre *podcast* e *podcasting* (grifo nosso). A prática cultural e comercial da produção pode ser chamada de “*podcasting*”, ou seja, tudo que envolva processo de transmissão, consumo e circulação, enquanto o *podcast* é, por si só, o formato de áudio que surge em meio à discussão da apropriação de novas plataformas pelo rádio. Em suma, “*Podcasting*” será utilizado para nomear a prática e “*Podcast*” para a produção dos programas. (Viana, 2021).

Vale lembrar que o fenômeno denominado *podcast* pode variar de acordo com a localidade, os diferentes contextos de legais e culturais, bem como ao longo do tempo. Bolter e Grusin (2000) apresentam o conceito de “remediação”, que se refere ao modo como as novas tecnologias de mídia remodelam e redefinem formas anteriores de comunicação. Para os autores, todas as novas mídias são, em alguma medida, dependentes de formatos anteriores, de modo que sua originalidade está vinculada a forma como restauram e reformulam mídias já estabelecidas.

O termo mídia é sinônimo de meio, e, embora o *podcast* compartilhe elementos da linguagem radiofônica, trata-se de um meio distinto. Nesse contexto, Martino e Couto (2018) realizaram uma pesquisa entre 2006 e 2017, na qual analisaram 35 teses sobre o crescimento dos *podcasts* e sua recepção na área da comunicação. Os autores concluíram que, até o momento, não há um consenso na comunidade acadêmica quanto à definição exata do que é e qual a função de um *podcast*.

Ao longo dos anos, o *podcast* evoluiu de um simples formato de áudio disponível na *internet* para um termo mais diversificado, com margem para abranger diferentes estilos, temas e públicos. A adaptação dos *podcasts* expandiu para diferentes formas incluindo vídeo, transmissões ao vivo e o texto como parte de sua definição, não se limitando a gravações de áudio. A preferência do público moldou a flexibilidade e adaptabilidade do documento digital sonoro na distribuição e comunicação de conteúdos digitais. O *podcast* é uma ferramenta de acessibilidade que deve ser reconhecida como documento e tratado de forma a garantir sua precisão e permanência na recuperação de informações.

3.1. PODCAST: ATUALIDADE DA WEB 2.0 A WEB 3.0

Uma das principais características da *Web 3.0*, além da descentralização da produção digital, de conteúdo, serviços e controle de dados dos grandes monopólios, é a forte presença de uma *internet* mais livre, no que tange à acessibilidade, e ser interoperável entre diferentes sistemas de comunicação. O que ocorre por meio de uma grande quantidade de compartilhamentos eficientes entre plataformas sem a necessidade da interferência de terceiros mediadores, permitindo o surgimento de uma variedade de novas aplicações, serviços e transparência dos dados.

Segundo Carvalho (2018), não existe uma data específica que marque a transição definitiva da *Web 2.0* para a *Web 3.0*, afinal a evolução da *internet* é um processo contínuo e associado à mudanças culturais. E não obstante, a *Web 3.0* é caracterizada por fortes mudanças em questão de volume de produção, por novas tecnologias e padrões de consumo. Dentre as mídias de destaque desse cenário, está o *podcast*.

O *podcast* nasce nesse ambiente de *Web 2.0*, uma *internet* menos volumosa e muito menos compartimentada. E com o passar do tempo, principalmente entre a década de 2010 a 2020, ganha cada vez mais ouvintes para sua comunidade mundial.

Segundo Silva (2019), no Brasil, a comunidade de *podcasts* é denominada de “*Podosfera*”:

O universo brasileiro de *podcasts* é tão intenso que foi denominado de *Podosfera* Brasileira, dentro dele é possível encontrar *podcasts* dos mais variados temas e assuntos. Só para exemplificar, um dos *podcasts* mais populares, NerdCast, alcançou a marca de 1 milhão de downloads por programa. Vale ressaltar que grandes empresas de *streaming*, como o *Spotify*, têm investido na disponibilização dessas mídias, ocasionando que mais pessoas tenham acesso a esse conteúdo. Os grandes meios de comunicação já estão produzindo conteúdo para o formato, entretanto, são os estúdios menores e produtores independentes que movimentam e geram mais entusiasmo entre os ouvintes. (Silva, 2019. p. 10)

Quanto ao termo *podcast*, há indicação que o termo foi citado por Ben Hammersley, pela primeira vez em 2004, na matéria *Revolução audível*¹⁷ veiculada no jornal *The Guardian*, e seu surgimento está completamente entrelaçado à história da *Apple*, inclusive, como já apresentado anteriormente, há autores que defendem que o próprio nome é originado de um dispositivo *Apple*, o *iPod*.

Nessa matéria em questão, o principal tema tratado foi o crescimento do rádio *online* por meio dos *iPods*, que na época eram *softwares* acessíveis e desempenhavam o papel de plataformas de áudio, acarretando o barateamento do custo de produção e a possibilidade de que os episódios fossem baixados direto da *internet*.

Com o passar do tempo, surgem os “*weblogs*”, que são sites ou revistas com conteúdos cotidianos, como um diário pessoal e a popularização dos *iPods* como leitores de MP3 da *Apple* e dos “*weblogings*”¹⁸. Como essas práticas já estavam estabelecidas na *internet* com um público fiel, os indícios apontavam para crer que o *podcast* seria o novo rádio amador.

Com o avanço tecnológico e a consolidação dos *podcasts*, surgiram diversas plataformas de distribuição que passaram a organizar e oferecer recursos específicos para esse formato. Essas plataformas não apenas facilitaram a criação e distribuição de *podcasts*, mas também introduziram

¹⁷ Tradução livre de “*Audible revolution*”. HAMMERSLEY, B. **Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs, reports Ben Hammersley. Audible revolution.** The Guardian, 12 fev. 2004. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Acesso em: 05 jun. 2024.

¹⁸ Atividade de ter um *weblogs*.

ferramentas que auxiliavam os criadores a medir e entender melhor sua audiência, por meio de métricas detalhadas e do uso do *Feed RSS* (Mota, 2019).

Como uma plataforma de distribuição revolucionária, os *podcasts* se organizam de maneira particular e oferecem diferentes recursos, embora tenham em comum a disponibilização de ferramentas métricas para *podcast* e de *Feed RSS*. Os principais serviços dessas plataformas são a hospedagem de arquivos e sua listagem, ou seja, a biblioteca de conteúdo de *podcast*, onde os usuários têm acesso a todo conteúdo publicado desde o início do canal de publicação, seja por meio de planos gratuitos ou pagos via assinaturas mensal ou anual.

Dois bons exemplos de plataforma de distribuição de *podcast* são o *Spotify*, que sempre disponibiliza, tanto as músicas, quanto os episódios em formato MP3, e a *Apple Podcasts*, que disponibiliza seus arquivos tanto em formato M4A quanto em ALAC. A diferença entre os formatos é que enquanto o MP3 comprimi os áudios, tornando os arquivos mais leves, M4A ou ALAC são arquivos mais pesados e de alta resolução. Os principais formatos de arquivo digital comprimidos para *podcast* são o MP3, WMA, AAC e OGG e os não comprimidos são WAV, FLAC, AIFF. para ficarem armazenados em um servidor na *internet* (Loureiro, 2022).

Além do *Spotify* e *Apple Podcasts*, existem inúmeras outras plataformas e lugares que publicam *podcasts*. Verga (2023) indica no site **radioactivemedia**⁷ as plataformas mais populares, conforme **Tabela 1**

Tabela 1 - Plataformas de *Podcast*

Plataforma	Ano de Lançamento	Descrição
<i>Apple Podcasts</i>	2012	Lançado para iOS. Hoje é uma das maiores e mais influentes plataformas na indústria de <i>podcasting</i>
<i>Spotify</i>	2008	o <i>Spotify</i> é hoje o serviço de <i>streaming</i> mais popular no mundo. Além de seus serviços com música, a plataforma expandiu progressivamente para os <i>podcasts</i> .
<i>Amazon Music</i>	2008	<i>Amazon Music</i> é tanto uma plataforma de <i>streaming</i> quanto uma loja de música digital. Incluiu <i>podcasts</i> em seu serviço de <i>streaming</i> .
<i>Google Podcasts</i> / <i>YouTube Music</i>	2018	é um agregador de <i>podcasts</i> desenvolvido pelo Google. A plataforma era integrada aos recursos do mecanismo de pesquisa da Google, tornando referência em buscas para os usuários do Android. Entretanto, em 2023 o desenvolvedor comunicou a descontinuidade do agregador para 2024 substituindo pelo <i>YouTube Music</i> .
<i>Stitcher</i>	2008	é um provedor especializado em criação, distribuição e monetização de <i>podcasts</i> .

<i>iHeartRadio</i>	2008	Conhecido por <i>streaming</i> de rádio digital da <i>iHeartMedia</i> , reunindo estações locais dos Estados Unidos. Também possui uma variedade de <i>podcasts</i> , incluindo programas exclusivos.
<i>Pandora</i>	2000	é um tradicional serviço de rádio da <i>Internet</i> , o <i>Pandora</i> oferece também <i>podcasts</i> e disponível apenas nos Estados Unidos.
<i>Podbean</i>	Data de origem não encontrada.	é uma plataforma de hospedagem de <i>podcast</i> e um aplicativo de <i>podcast</i> . Ele oferece uma maneira fácil para os criadores publicarem e monetizarem seus <i>podcasts</i> e para os ouvintes descobrirem novos conteúdos.
<i>Nublado</i>	Data de origem não encontrada.	Um aplicativo iOS popular, tem muitos seguidores devido à sua interface amigável e recursos como variados.
<i>Pocket Casts</i>	Data de origem não encontrada.	Este aplicativo é conhecido por seus recursos poderosos que atendem aos entusiastas de <i>podcast</i> , incluindo sincronização entre plataformas e uma interface de usuário elegante.

Fonte: Verga, 2023.

Entretanto Verga (2023) não menciona outras plataformas muito populares como a *Deezer*, *TuneIn*, *Castbox*, *Overcast*, *Breaker*, *RadioPublic*, *Podchaser*, *Player FM*, *Acast*, *SoundCloud* que têm grande alcance em todo o mundo. As plataformas estão em constante evolução, ofertando recursos exclusivos, como *podcasts* de vídeo, *podcast* ao vivo, dentre outras opções aprimoradas de descoberta para atrair ouvintes e criadores de conteúdo.

Uma inovação no cenários dos de *podcasts* é o *Videocast* ou *vodcast*, abreviado de “Video *podcast*”¹⁹. Segundo Tripodi (2022), a definição de “videocast” é de uma mídia de conteúdo semelhante ao *podcast*, acrescentado as gravações em vídeo, simultaneamente captadas durante a gravação. Ficaram muito conhecidas no Brasil com os “MesaCast”²⁰. O autor aponta que, no Brasil, 61,4% dos produtores de *podcast* trabalham apenas com arquivos de áudio, 19% utilizam gravações de imagem e áudio, e 19,2% produzem nos dois formatos, tanto *podcasts* somente com a gravação do áudio quanto *podcasts* com gravação de áudio e vídeo.

A partir do ano de 2020, o *videocast* no Brasil se tornou um grande sucesso em detrimento dos anos de isolamento social, decorrentes da pandemia de covid-19. De acordo com o site Vídeoeíssos

¹⁹ Trata-se da produção simultânea de áudio e vídeo para *podcasts*.

²⁰ Formato de *podcast* onde duas ou mais pessoas debatem sobre algum tema proposto. Esse formato, mais informal, abre espaços para que os participantes compartilhem suas opiniões e experiências de forma livre e sem censura. BALACÓ, B; GUIMARÃES, C.; RUTILLI, M. **A reinvenção da resenha via Mesacast: o modelo brasileiro de podcast esportivo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – PUCMinas – 2023 Disponível em: https://www.academia.edu/109543308/A_reinven%C3%A7%C3%A3o_da_resenha_via_Mesacast_o_modelo_brasileiro_de_podcast_esportivo_1 Acesso em: 28 jan. 2025.

(2024) houve um aumento, significativo de 40% no consumo de conteúdos *on-line* e o *videocast* foi um dos grandes destaques. A relevância da prática também pode ser atribuída à chamada cultura de convergência, termo melhor abordado no próximo capítulo.

O cenário atual reflete a adaptação das mídias tradicionais à cultura e ao ambiente digital para os padrões de consumo de *podcast*. A segmentação de audiência e a oferta de conteúdos sob demanda ganham cada vez mais destaque. Conforme discutido por Castro (2005), hoje o *podcast* pode ser considerado a versão "blogueira" do que já foi o rádio, oferecendo maior personalização e conveniência ao usuário.

Alguns *podcasts* são hospedados em sites próprios para distribuição e compartilhados com outros canais por meio de um *feed* RSS. No entanto, há *podcasts* que não possuem um site central na *web*, sendo frequentemente armazenados em plataformas efêmeras, sem o devido tratamento de seus dados. Essa falta de cuidado os torna vulneráveis ao desaparecimento. Devido sua característica sensível de documento digital sonoro, os *podcasts* estão sujeitos aos diversos riscos de desaparecimento da *internet*, como a interrupção de sua produção, a remoção pelas plataformas de hospedagem, inatividade prolongada ou até mesmo a descontinuação das plataformas que os hospedam. Diante disso, a preservação desses materiais deve ser tratada seriamente.

3.2. AMADORISMO AO COMERCIAL: MUDANÇAS NO TRATAMENTO DE PODCASTS

O tratamento do *podcast* como mídia de aspectos disruptivos é menos abordado que suas usuais abordagens como: a redenção do rádio, como uma mídia digital ou cultura de convergência. Os aspectos disruptivos desse novo meio são pouco comentados e podem ser melhor destacados se compararmos os primeiros anos de suas transmissões. É possível notar que alguns aspectos do rádio foram evitados nessa nova mídia como a acessibilidade e alcance para produções amadoras.

Inicialmente, os *podcasts* eram majoritariamente produções independentes, principalmente amadoras, originadas fora das indústrias de mídia tradicionais. No entanto, conforme o meio se popularizou, personalidades e organizações notáveis começaram a compor o cenário dos *podcasts*. Algumas dessas organizações realizaram programas muito bem-sucedidos no universo da *podosfera*. Dentre essas organizações estavam canais rádio como a *Radiolab*, *On the Media* e o *This Serial American Life*, que em 2017 bateu recorde de audiência e se tornou o mais popular com mais de 420 milhões de *downloads* (Sibirtseva, 2020).

Apesar do papel e presença do rádio no cenário do *podcasting*, Bottomley (2015) aponta a

importância de reconhecer a influência do cinema (nas narrativas cinematográficas), da televisão (apresentação), da música, do teatro (dando voz a um texto narrado) e da literatura (escrita de roteiros) que tornam o *podcast* uma mídia única.

Em 2005, o *podcasting* começou a transição de produções amadoras para empreendimentos mais profissionais. O meio ganhou popularidade significativa com personalidades e instituições de mídia já estabelecidas no espaço digital. Após a *Apple* integrar o iTunes, o *podcasting* já se tornou parte da cultura das massas, o “*mainstream*”²¹ cultural, levando a um aumento nas adesões por assinaturas pagas. (Bottomley, 2015)

O cenário dos *podcasts* experimentou um renascimento no final de 2014 consolidando-se como grande mídia emergente com a atualização da *Apple* do iTunes 4.9. Teve também seu crescimento devido, em parte, ao sucesso do *podcast* "Serial", que atraiu atenção e *downloads* significativos fazendo com o que o *podcasting* estivesse no mesmo caminho de outras mídias emergentes como o *YouTube*, gerando discussões sobre uma "era de ouro" para *podcasts* como Bottomley acrescenta:

Entre 2005 e 2013, o *podcasting* lutou para se destacar como um meio verdadeiramente "de massa"; observadores da indústria atribuíram o crescimento relativamente limitado do *podcasting* a tudo, desde dificuldades em monetizar o meio, à concorrência do vídeo *online* (2005 pode ter sido o ano do *podcast*, mas 2006 foi o ano do site de compartilhamento de vídeos *YouTube*), ao seu próprio nome, o termo "*podcast*" sendo intimamente associado a uma única empresa (*Apple*) e a um produto (o *iPod*) que se tornou quase obsoleto na era dos *smartphones*. (Bottomley, 2015. p. 165. Tradução nossa.)

A demanda de áudios tem um fluxo próprio, distinto da transmissão de rádio. O *podcast* não deve ser entendido, somente, como um objeto de mídia e nem como uma tecnologia de distribuição, mas como uma nova forma cultural híbrida. (Bonini, 2022) Essa natureza, moldada por sua história, economia, política e o ambiente social e cultural em que está inserida, contribui para compreensão da relação entre a mídia antiga e a nova.

A mudança significativa e pontual na história do *podcast* se deve à forma como os ouvintes interagem com o meio. Para Bottomley (2015), a principal mudança foi a adequação ao tempo de reposta, a qual chama de caráter imediato de “Mudança de tempo”²², referente à capacidade dos ouvintes de escutar os áudios a qualquer hora e em qualquer lugar. A variedade e acessibilidade de conteúdos potencializaram as produções amadoras, as independentes e as diversidades.

Neste sentido, a mídia corporativa - rádio tradicional - e a mídia alternativa - o *podcast* - apresentam uma característica discrepante o qual Jenkins (2008) chama de cultura de convergência²³,

²¹ Tradução livre para "fluxo principal", é o termo usado para denominar tendências.

²² Tradução livre para "Time-shifting".

²³ Tradução livre de "Cultura de la convergencia".

onde há espaço e suporte para diferentes propostas por meio do engajamento dos fãs. O uso de vídeos nos *podcasts* pode ser um indicativo e ressalta a transformação das práticas da cultura de convergência, onde ver e ouvir se tornam predominantes em detrimento do ler e escrever. O termo “convergência”, nesse caso, descreve as mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais. Portanto, cultura de convergência refere-se à mudança cultural entre os consumidores que buscam, constantemente, novas informações e estabelecem conexões fluidas entre diferentes indústrias midiáticas (Jenkins, 2008).

Ainda no que tange à convergência cultural, destaca-se o impulsionamento do público em estabelecer conexões com os criadores de conteúdo e se tornar ativo na produção de conteúdo dentro de seus canais de comunicação. O engajamento do público ocorre por meio de diversas interações e até produções amadoras dentro dessa cultura participativa. O sistema de mídia antigo está dando lugar a um novo sistema, no qual o próprio público também é sua mídia, e cada pessoa com um *smartphone* tem o potencial de produzir conteúdo o tempo todo (Jenkins, 2008).

Neste contexto de interação é chamado de *podcaster* o autor de um *podcast* e sua obra é o conjunto de arquivos ou ficheiros que ele produz e são publicados é denominado *podcasting* (Sarkar, 2012), o contato público-autor forma um ambiente democrático na *internet*. Não sendo o objetivo precípua desta pesquisa, mas por ser tema relevante, indica-se que caberia discorrer em outra pesquisa a interação entre a comunidade - os ouvintes, e os *podcasts* - as produções.

O *podcasting* tornou-se um meio amplamente utilizado por diversas empresas e indivíduos ao redor do mundo para a divulgação de notícias, a emissão de opiniões e a transmissão de programações, muitas vezes seguindo um formato semelhante ao do rádio. No contexto acadêmico, a Universidade de São Paulo (USP) possui um podcast oficial vinculado ao **Jornal da USP**, no qual são realizadas publicações periódicas sobre temas como notícias, ciência, saúde e música, abordando tanto acontecimentos no próprio campus quanto no meio acadêmico em geral. Da mesma forma, a Universidade de Brasília (UnB) mantém o *podcast* “Um Podcast sobre Podcasts”, produzido pelo Laboratório de Áudio (LabAudio) da instituição. O programa conta com oito episódios em formato de áudio-reportagem, elaborados por estudantes da Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília – Campus Darcy Ribeiro, estando disponível no *site* do LabAudio FAC²⁴ e na plataforma Spotify.

Sinopse: Áudio-reportagens elaboradas por alunos da Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília - Campus Darcy Ribeiro.

²⁴ AMOROZO, M. **Um podcast sobre podcasts**. LabAudio | FAC. Universidade de Brasília. Disponível em http://labaudio.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=375&Itemid=1171 Acesso em 06 dez. 2024

Esse formato de transmissão tem se tornado uma prática de produção além de profissional, comercial. Assim como os *blogs* e *sites*, bem como outros produtos de entretenimento originado da *web*, o *podcast* passou por um processo de amadurecimento. (Carvalho, 2014) Começaram com experimentações independentes, caseiras e nichadas, tornando-se popular ao longo dos anos e conquistando cada vez mais ouvintes conforme o **gráfico 1**.

Na cultura de convergência, é possível resgatar raízes do *podcasting* com a literatura, música e com o cinema, assim como com outros formatos de *streaming*. Lobato (2018 *apud* Bonini, 2022), em seu estudo de *streaming* audiovisual, observou que a "Netflix", serviço lançado em 2010, é uma tecnologia híbrida que em sua operação une e intermedia outras tecnologias de mídia assim como o *podcast*.

Ao final dessa era do *podcasting*, o formato já deixou de ser baseado apenas em áudio. Hoje integra outros componentes, como ilustrações, vídeos e contas em outras mídias, e sua forma cultural mudou drasticamente. Deixaram de ser apenas áudios MP3s para serem ouvidos sob demanda por meio de dispositivos de mídia digital, e se tornaram shows performáticos completos, inclusive ao vivo (Bonini, 2022).

4. DOCUMENTOS DIGITAIS SONOROS COMO FONTES DE INFORMAÇÃO

Os vídeos curtos - "*Reels*"²⁵ e os "*Stories*"²⁶ do *Instagram*, por exemplo, são modalidades de produção áudio visual do aplicativo, nas quais é possível editar e criar vídeos de até um minuto; a diferença entre eles é que os *Reels* podem permanecer disponível por tempo indeterminado e os *Story* por apenas 24 horas. – os vídeos curtos do *TikTok*, os "*Shorts*" do *YouTube* ou as propagandas, nas quais 49% de suas produções áudio-visuais são marketing de até 60 segundos e a duração tem diminuído cada vez mais, estão entre as produções mais consumidas da *internet* (Sibirtseva, 2020). Estas informações suscitam o seguinte questionamento: Por que os *podcasts*, que duram em média 41 minutos, se tornaram tão consumidos?

Sibirtseva (2020) elenca três possíveis causas – ao consumir *podcast* o usuário pode realizar concomitantemente outras tarefas; é prático para acompanhar notícias e eventos, e; pode ser divertido. A autora apresenta pesquisas que mostram que 52% dos entrevistados disseram que

²⁵ Tradução livre para "bobinas" ou "carretéis".

²⁶ Tradução livre para "Histórias".

chegam até o final do *podcast* que estão consumindo, enquanto 41% ouvem uma parte ou a maioria. Isso se deve à versatilidade do formato que possibilita que grande parte dos ouvintes escutam os episódios enquanto estão realizando tarefas domésticas ou no transporte diário.

A autora aborda a “diversão” dos *podcasts* atribuídos a sua abundância de formatos e possibilidades mais detalhadas na **Tabela 3**. Os *podcasts*, além de oferecerem entretenimento e informação, exercem uma função de destaque como fonte de informação primária e recurso educacional. No contexto escolar, por exemplo, o *podcast* pode ser utilizado enquanto ferramenta para motivar ao desenvolvimento de práticas educacionais relevantes e cooperativas. No entanto, o protagonismo do estudante e professor são imprescindíveis ao usar a ferramenta como veículo para fomentar o trabalho direcionado ao objeto de estudo. (Freire, 2015)

Podcasts produzidos por unidades acadêmicas, além de fornecerem conteúdos educacionais, notícias em tempo real e outras atualizações para seu público-alvo, em termos de ser um recurso informativo, também cumprem uma função documental na captura de um documento histórico de uma instituição. (Collins; Moore, 2024)

Podcasts são documentos digitais sonoros e têm como método de comunicação a disseminação de informação, uma série de arquivos de áudio distribuídos pela *internet* usando a entrega baseada em *feed*. Cunha compreende, pela definição clássica, “Documento” como o suporte da informação e descreve em seu **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**:

“[...] 1.3 ‘Qualquer base de conhecimento fixado materialmente, suscetível de ser utilizado para consulta, estudo ou prova’ (ufod, p. 5). 1.4 ‘Qualquer indicação concreta ou simbólica, conservada ou registrada com a finalidade de representar, reconstituir ou provar um fenômeno físico ou intelectual’ (brie, p. 7). 1.5 ‘Peça única de material escrito ou impresso que fornece evidência ou informação sobre qualquer assunto’.” (Cunha, 2008, 132 p.).

Em sua definição de documento como unidade física, Cunha discorre que um dos quatro aspectos a serem considerados no meio físico está o “registro sonoro”, o suporte da palavra ou som registrados. Dentre as formas de manifestação dos aspectos físicos de um documento, estão os suportes eletrônicos *cd-rom*, disquete, hipertexto, dentre outros, e como unidade simbólica, o documento tem como objetivo, informar, explicar, teorizar, contextualizar e explicar épocas, culturas e civilizações. Nesse contexto, os *podcasts* não fogem à regra. No entanto, existem minúcias que os distinguem de outros documentos eletrônicos, como a radiodifusão.

Há três diferenças principais entre *podcasting* na *internet* e a radiodifusão (Rádio). Primeiro, o *podcast* é direcionado a um grupo específico de ouvintes com interesses específicos. Os ouvintes de *podcast*, geralmente, são assinantes de algum programa ou baixam seus episódios individualmente direto dos hospedeiros (Tsagkias *et al.*, 2008). Em segundo, os *podcasts* são criados com a intenção de estarem disponíveis para *download* em longo prazo e potencialmente reutilizados.

E terceiro, é possível produzir e publicar *podcasts* sem equipamento especializado.

Como resultado, a *podosfera* contém uma grande proporção de conteúdo improvisado e não editado, gerado pelos usuários juntamente com conteúdos profissionais. O *feed* de *podcast* é publicado na *internet* em conformidade para um padrão de *feed*²⁷. Quando um ouvinte se inscreve para um *feed* de *podcast*, novos episódios são baixados automaticamente por um agregador de *feeds*. Eles podem ser carregados diretamente no ouvinte *mp3 player*, ou ouvido diretamente de seu aparelho eletrônico. (Tsagkias *et al.*, 2008)

Assim como os *podcasts*, há outros exemplos de documentos digitais sonoros que desempenham função primordial de preservação cultural e histórico como os audiolivros, as gravações de rádio, as entrevistas, músicas e as gravações de depoimentos orais. A preservação desses materiais, por meio de técnicas de tratamento da informação adequadas, é essencial para garantir a disseminação e a prolongação das obras.

Em 2010, a *University Archives and Records Program* da *University of Michigan* realizou um estudo de caso a respeito dos *podcasts* para avaliar o valor dos documentos digitais sonoros universitários. Baseados nesta análise, os arquivistas determinaram que os *podcasts* têm, além de seu valor informacional, também natureza arquivística, tendo em vista sua função de transmitir conhecimento, dar suporte à instituição e fornecer serviço público. (Collins; Moore, 2024)

Tanto para o público, quanto para o produtor, o uso de mais ferramentas de busca para afunilar as buscas colabora para o consumo, aprimorando assim a experiência dos ouvintes e promovendo uma cultura de consumo informado. Portanto, os *podcasts*, enquanto documento, precisam ser armazenados adequadamente, usando melhores mecanismos ou técnicas que estiverem a disposição para serem localizados e recuperados de maneira eficiente, sanando a demanda do público-alvo interessado nos mais diversos tópicos.

A classificação arquivística e a indexação são dois componentes separados na criação de um fundo arquivístico²⁸ e representam a base do trabalho de um profissional da informação que lida com o desafio na preservação e disseminação de *podcasts*. A classificação arquivística envolve a organização dos documentos de acordo com seu tema, formato ou canal, garantindo que a estrutura original do fundo seja mantida e que os documentos possam ser facilmente localizados e recuperados. E a indexação atribuindo descritores aos documentos. Esses processos são essenciais para assegurar a integridade, autenticidade e acessibilidade dos documentos.

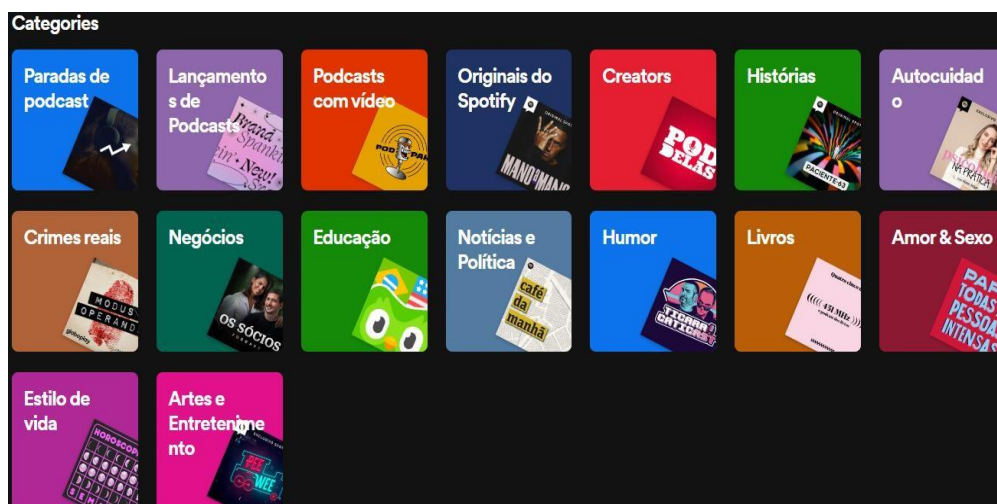
²⁷ Um padrão *Extensible Markup Language* (XML), linguagem de marcação que é utilizada para compartilhar de maneira fácil informações por intermédio da *internet*.

²⁸ Um fundo arquivístico é um conjunto de documentos produzidos ou recebidos por uma pessoa, família, organização ou instituição no decorrer de suas atividades e que são preservados devido ao seu valor histórico, administrativo, legal ou informativo.

4.1. TRATAMENTO DOS DOCUMENTOS DIGITAIS SONOROS

Seguindo os aspectos dos *podcasts* como documentos digitais sonoros, agrupar os *podcasts* por categorias e temas é a classificação estruturada que facilita as pesquisas e auxilia os produtores no desenvolvimento de estratégias de engajamento eficazes, conforme exposto na **Imagem 2**. A prática de preservação da memória em reunir diferentes obras por suas semelhanças, considerando as características dos documentos digitais sonoros, é crucial para o engajamento da produção. (Trinca; Figueiredo, 2022)

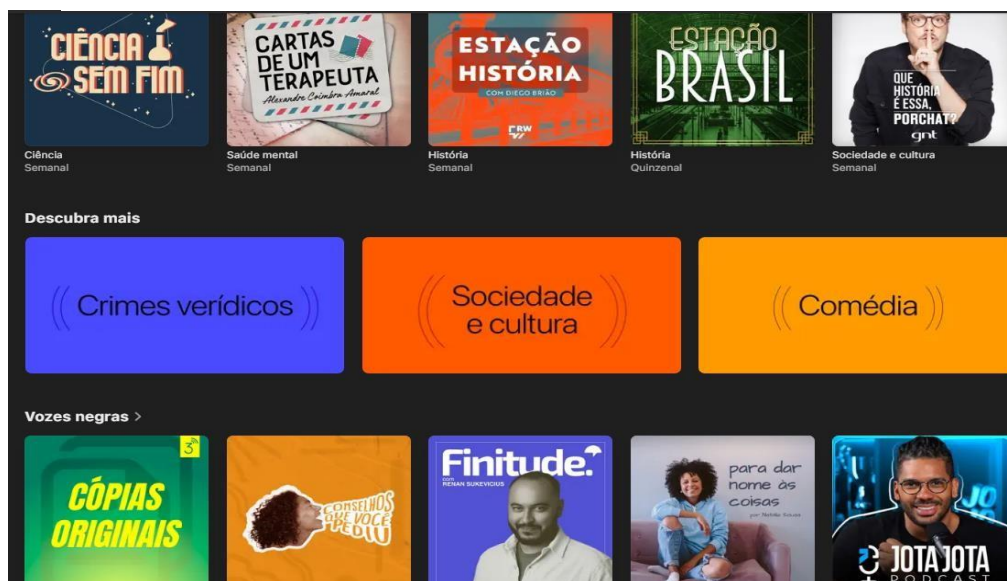
Imagem 2 - Agrupamento por categorias no *Spotify*



Fonte: *Spotify*, 2024.

O hospedeiro da *Apple* foi precursor na classificação dos *podcasts* por tema. Geralmente, seus arquivos estão no formato M4A e a divisão dos episódios dos *podcasts* em capítulos tem indicação na imagem principal do programa, além dos links de referência que podem ser alterados ao longo de sua exibição, conforme ilustrado a seguir:

Imagem 3 - Agrupamento por categorias na Apple Podcast



Fonte: Apple Podcast, 2024.

Para Trinca e Figueiredo (2022), a classificação brasileira segue outro formato de divisão em duas categorias principais, os “conversados” e os “seriados”. A categoria “conversados” inclui os populares programas de *mesacasts*, já citados, que são focados em um único tema ou entrevistas, com ênfase na narrativa do próprio convidado. A categoria “seriados” é dividida entre narrativo - histórias ficcionais ou não - e jornalístico -direcionado a novidades e tópicos específicos.

Atualmente já é possível usar ferramentas de classificação dos próprios hospedeiros. Essas ferramentas possuem uma indexação padrão que é eficiente para tratar de documentos digitais sonoros, com auxílio de metadados e transcrições. Werner (2017) separa o tratamento em duas fases: a de “Pós-produção” e de “Distribuição e promoção”.

Na fase de pós-produção, o arquivo de áudio deve ser preparado para o público-alvo, editando os episódios para alcançar uma duração pré-estabelecida de 30 minutos. Após a edição, o arquivo deve ser exportado no formato adequado e submetido à plataforma de hospedagem. Nesse processo, é essencial atribuir *tags* (palavras-chave) ao documento, categorizando-o de acordo com os temas abordados e outros interesses relevantes. Atualmente, existem diversos *softwares* de edição que automatizam essas etapas, como o *Movavi Screen Recorder*, o *Anchor* e o *Audacity*, amplamente reconhecidos por sua praticidade e eficiência na automação do processo de identificação e organização de informações.

Esse processo de identificação inclui o título do episódio, nome do *podcaster* (Autor), gênero, imagem da capa do episódio ou *podcast*, informações de direitos autorais, dentre outras informações

solicitadas por cada hospedeiro. A coleta desses dados faz parte dos desafios na preservação dos *podcasts*, incluindo trabalhar com produtores de *podcast*, torná-los mais condensado e menos densos e usar ferramentas para extrair os metadados, (Collins; Moore, 2024)

As notas do programa, geralmente, são um processo manual no qual cada episódio é descrito com as palavras do autor, o que facilita a recuperação e o sistema *SEO - Search Engine Optimization*²⁹, ferramenta da plataforma para melhoramento das buscas assim como a *CMS - Content Management System*³⁰ e a *Open Graph*.

Na fase de “Distribuição e promoção” a publicação chega no *feed RSS* e há práticas para melhorar e aumentar a divulgação entre ouvintes por meio da geração de *links*³¹ e divulgação em outras redes, até mesmo nos correios eletrônicos. (Werner, 2017) A descrição do *podcast*, geralmente, é o primeiro contato do potencial ouvinte com sua produção. A indicação adequada dos descritores na publicação pode ser a diferença entre ser ouvido ou não. (grifo nosso) O impacto e a compreensão dos formatos de *podcast* são fundamentais para a participação ativa e compromisso com a produção em relação ao público consumidor. Somente estabelecendo categorias delimitadas para o documento é possível melhorar e apoiar a pesquisas, relacionamentos e experiências dos ouvintes com *podcasts*.

O tratamento dos *podcasts*, em geral, é realizado pelos próprios autores, tanto o amador quanto o profissional. Conforme indicado anteriormente, que a elaboração de um fundo coesa, acessível e de fácil usabilidade requer um nível de descrição detalhada, em alguns casos exige o esforço e o cuidado de profissional da área.

Werner (2017) informa que a delegação de serviço de indexação na classificação, quando inviável, não deve ser atribuída única e exclusivamente aos *softwares*, sem o cuidado de avaliar a eficiência, relevância dos termos e a liberdade criativa dos componentes na publicação para a base de dados.

4.1.1. DESCRITORES

Os descritores são ferramentas essenciais para a organização da informação. Toda produção humana pode ser mais bem recuperada com o uso adequado de descritores. Para a Ciência da Informação, a recuperação precisa de documentos e informações necessitam de termos ou palavras-chave que represente adequadamente o conteúdo. Em bases de dados, sistemas de armazenamento e

²⁹ Tradução livre de “Otimização de Mecanismos de Busca”.

³⁰ Tradução livre de “Sistema de Gerenciamento de Conteúdo”.

³¹ Os *links* ou *hiperlinks* são endereços na *web* que direcionam a uma página específica ou a pontes de ligação entre outros documentos.

busca, os descritores cumprem o papel da representação do documento, resumindo o conteúdo principal de maneira concisa.

Para Cunha o “Descritor” é um

[...] Elemento de uma linguagem documentária, que pode ser empregado para representar um texto em sistemas de informação. Traduz os conceitos (os assuntos) contidos no texto; identificador do documento. Indicador de função, linguagem documentária, palavra-chave, termo, termo de indexação, termo preferido, tesouro. d. (candidato) Termo candidato a descritor. d. com indicador de função docuterm, strueterm bib/index. (CUNHA, 2008. p. 119)

Os descritores fazem parte da prática de classificação, separando em categorias ou em temas específicos. Uma descrição ou resumo do programa de *podcast* deve atribuir valor de identificação para o potencial do público. Explicar o tema do programa permite que o ouvinte saiba o que esperar ao consumir o *podcast* (Breitman, 2023).

Assim como uma sinopse de filme, a descrição de um *podcast* apresenta aos ouvintes em potencial a essência do programa, permitindo que compreendam o escopo do tema do programa. Sobre esse aspecto, Breitman (2023) destaca dois recursos principais: o resumo e as "notas do programa". De forma geral, as "notas do programa" atuam como descritores de cada episódio, sendo o texto que acompanha o conteúdo em áudio. Essas notas geralmente incluem um breve resumo do episódio, alertas de conteúdo, e um link para a transcrição, quando disponível. Além disso, costumam trazer informações como títulos e números dos episódios, patrocinadores, tópicos específicos abordados, e os nomes dos convidados que participam do programa. A próxima Imagem ilustra esse exemplo, onde os autores oferecem detalhes sobre episódios individuais, enquanto o resumo proporciona uma visão geral do *podcast*.

Imagem 4 - Notas do programa “Nerdcast 941 - Mitos da ciência 3”.

Descrição do episódio

Laura Marise e Ana Bonassa do Canal Nunca vi 1 Cientista se reúnem em mais um Nerdcast para derrubar os mitos da ciência e hábitos que todos carregamos ao longo da vida.
Baixe a versão Wallpaper da vitrine
COCA-COLA
Participe da promoção Junte Seus Heróis:
https://jovemnerd.page.link/Coca_Cola_Marvel_Epic_Battles_NerdCast
* Certificados de Autorização SPA/ME nº 05.033663/2024 e SPA/ME nº 04.033666/2024.
Período de Participação: 14h de 30/04/24 até as 14h de 30/07/24 ou enquanto durar o estoque de brindes, o que acontecer primeiro. Leia os regulamentos completos, veja a data do sorteio e demais informações no site www.coca-cola.com/br/pt/offerings/marvel
ALURA
Ouça o NerdTech de hoje: https://jovemnerd.page.link/Alura_NerdTech_101_Multiverso_Dev
Matricule-se na Alura com o Cupom
NERD15: https://jovemnerd.page.link/Alura_Nerd15_NerdCast
NERDSTORE
Confira a volta da NerdStore: https://jovemnerd.page.link/NerdStore_Lancamento_NerdCast
Siga a NerdStore: https://jovemnerd.page.link/Redes_Sociais_NerdStore
PESQUISA JOVEM NERD
Ajude o Jovem Nerd: https://jovemnerd.page.link/Pesquisa_JovemNerd_NerdCast
PEDIDOS DE DOAÇÃO
Pedido de Doação para Natalia Silva dos Santos, diagnosticada recentemente com Leucemia e precisa muito da ajuda de todos. Todos os tipos de sangue são bem vindos! Local: Centro de Hematologia Irmãos Penteado em Campinas-SP - Av. Júlio de Mesquita, 571 - Cambuí, Campinas - SP, 13025-063.
CONFIRA OS OUTROS CANAIS DO JOVEM NERD
E-MAILS
Mande suas críticas, elogios, sugestões e caneladas para nerdcast@jovemnerd.com.br
APP JOVEM NERD: Google Play Store | Apple App Store
PARTE DA VITRINE: Randall Random
EDIÇÃO COMPLETA POR RADIOFOBIA PODCAST E MULTIMÍDIA

Fonte: NerdCast, 19 jul. 2024.

Ainda sobre a descrição, para Tsagkias *et al.*, (2008) existem quatro categorias cruciais da classificação de *podcast*: Conteúdo de *Podcast*, *Podcaster*, Contexto de *Podcast* e Execução Técnica. A prática da classificação arquivística de *podcasts* não é tão distinta das demais e pode ser pensada como uma coleção de materiais de uma empresa, biblioteca ou instituição cultural, inclusive, o uso de taxonomias pode permitir o controle intelectual dos documentos referente ao seu desenvolvimento.

Johnson (2018) define a taxonomia arquivística como a hierarquia utilizada para atribuir descritores a documentos, organizando-os em listas controladas de termos padronizados relacionados e estruturados de forma hierárquica. Essa organização facilita o trabalho dos profissionais da informação, permitindo que grandes e desorganizados acervos sejam segmentados em grupos menores e mais gerenciáveis. Aplicando esse conceito ao contexto de *podcasts*, podemos exemplificar

com o episódio 941 do NerdCast, cuja estrutura hierárquica seria: *Site Jovem Nerd* ⇒ *Jovem Nerd Podcast* ⇒ *NerdCast 941* ⇒ *Jovem Nerd (Alexandre Ottoni) e Azaghal (Deive Pazos Gerpe)* ⇒ *Convidados: Laura Marise e Ana Bonassa*. Essa abordagem demonstra como a taxonomia pode ser aplicada para descrever e organizar conteúdos de maneira lógica e eficiente.

Mas onde é possível consultar a descrição de um *podcast*? A descrição dos *podcasts* pode variar conforme o *host* de mídia ao qual o programa está vinculado. No entanto, a regra principal é que todas as informações descritivas estejam incluídas no *feed* RSS do episódio, que serve como a base para organizar e estruturar os dados do *podcast*. Diretórios como *Spotify* e *Stitcher* utilizam esse *feed* RSS como referência para selecionar e distribuir o programa amplamente, garantindo que as informações essenciais estejam disponíveis para o público.

Segundo Johnson (2018), os descritores devem ter o objetivo de alcançar a clareza, acessibilidade e concisão, três aspectos fundamentais para a recuperação da informação. A explicação deve ser clara, focar do entendimento do público-alvo, descrever em uma linguagem acessível para futuras possíveis pesquisas e evitar uma linguagem vaga. O objetivo é facilitar a compreensão dos ouvintes, analisar possíveis palavras-chave que o público consumidor possa usar em sua busca para encontrar o programa e relacionar o tema sem carregar com muita informação.

O excesso de informação na descrição pode dificultar o entendimento do público, desviando o foco de temas gerais para especificidades. Além da maioria das plataformas de *podcast* limitarem a quantidade de caracteres para descrições de programas, é fundamental usar o limite de caracteres para explicar de maneira concisa uma descrição breve, envolvente e informativa.

Segundo o artigo da *University of Pittsburgh* (2024), os metadados inerentes ao tratamento de *podcasts* para armazenamento, preservação, disseminação e acesso de longo prazo de todos os acervos arquivísticos, de maneira que sinalizam o conteúdo tentando captar o máximo de informações possíveis, são aqueles conforme a tabela abaixo indica:

Tabela 2 - Metadados descritores para *Podcast*

Elemento	Descrição
Entrevistador	Pessoa que apresenta o tema e conduz o <i>podcast</i> .
Entrevistado	Participante ou entrevistado do episódio e aborda o tema discutido.
Criador	Autor ou entidade responsável pela criação do programa e publicação.
Descrição	Resumo do conteúdo abordado no episódio.
Data	Data de publicação do episódio.

Status da publicação	Indicação do estado do <i>podcast</i> . Exemplo: "Publicado", "Agendado" ou "Em produção".
Detentor dos direitos autorais	Pessoa ou entidade que possui os direitos autorais da obra de uso e distribuição.
Tipo de recurso	Classificação do conteúdo do episódio. Exemplo: "Entrevista", "Debate", "Narrativa" etc.
Extensão	Formato do arquivo de áudio.
Linguagem	Idioma no qual o episódio é apresentado.

Fonte: University of Pittsburgh, 2024.

Seguindo esses metadados, o registro da publicação já se torna mais criterioso que grande parte dos catálogos disponíveis nos principais hospedeiros da atualidade. A universidade de *Pittsburgh* descreve esse metadados como os melhores para a prática de tratamento da história oral, informações que o público realmente deseja recuperar reunidas em um só lugar.

Embora contenham uma riqueza de conhecimento que em geral não se encontra disponível nos sites, em *blogs* ou outros formatos de texto, não há um mecanismo de busca prontamente disponível como o indexador do *Google* para pesquisar os conteúdos. E sem o detalhamento dos metadados é necessário a transcrição áudio. Nesse contexto, *softwares* de transcrição automática, análise de fala e reconhecimento de voz para indexar o conteúdo de áudio, *Amazon Transcribe* ou a *Amazon Comprehend* são soluções viáveis para a indexação de *podcasts* automática. Além de transcrever o conteúdo do áudio, é realizado um grafo com as palavras mais citadas para organizar as palavras-chave e atribuir metadados. (Wang; Gillespie, 2018)

O uso eficaz de descritores é fundamental para a organização, recuperação e acessibilidade desses documentos permitindo a exploração das obras que compõem o universo de *podcasts* e potencializando a atração de novos ouvintes. O público necessita de descritores eficientes para se localizar programas na vastidão dos arquivos digitais. No contexto arquivístico, a escolha e a padronização de descritores são essenciais para garantir a consistência e a eficiência na indexação, especialmente em um campo tão diversificado e dinâmico como o dos *podcasts* de cinema. A compreensão profunda dos descritores e sua aplicação adequada não só melhora a experiência do usuário, mas também assegura a preservação e a disseminação do conhecimento contido nesses valiosos recursos sonoros, em que será tratado no subitem posterior com mais detalhes.

4.1.2. INDEXAÇÃO

O objetivo final de um *podcast* é alcançar e ser ouvido pelo público-alvo. A ampla gama de tipos de *podcast* disponíveis dificulta a chegada de novas produções nas pessoas interessadas e é fundamental alinhar com os objetivos específicos do público e atribuir as palavras-chave corretamente. A indexação pode ser entendida como a atividade de atribuir classe ao documento ou a ordenação em forma de índice. Vimos anteriormente a categorização de *podcast* em duas plataformas diferentes, Imagem 2 e Imagem 3, mas as categorias podem ser indexáveis por gênero dos programas de *podcast*.

Cunha (2008) define a indexação como a representação do conteúdo de um documento por meio dos termos documentários ou extraídos do próprio documento. A atribuição de palavras que representam o objeto é realizada mediante análise do conteúdo trabalhado e uso da linguagem documentária visando colaborar com a memória da informação em base e banco de dados, arquivos e fichários.

Segundo Vieira (1988), a indexação é uma técnica de análise de conteúdo que agrega a informação por meio de termos significativos de um documento. Cria-se uma linguagem intermediária de descrição entre o usuário e o documento. Indexar um documento é, portanto, uma forma de mediar o conteúdo de um documento com o consumidor, a partir de termos representativos dos seus assuntos. O uso de padrões que facilitam esse método é imprescindível para a organização e recuperação de documentos somados à catalogação.

Os *podcasts* devem ser diferenciados de outras formas de multimídia da *internet*, como arquivos individuais de áudio ou vídeo publicados na *Web*. E assim como Trinca e Figueiredo, Tsagkias et. al. (2008) também distingue os *podcasts* em dois tipos, os *podcasts* baseados em música e os de palavras faladas. Onde, embora não exista uma estrutura formal de classificação de gênero, podemos enquadrar em uma categoria como o “*talk shows*”³², que às vezes são redistribuições de programas exibidos no rádio, e os *podcasts* de instruções, que fornecem comentários ou conselhos sobre assuntos específicos.

Das diferentes categorias de formatos, tipos e gêneros de *podcast* que existem é possível encontrar debates sobre as diferentes definições de classificações na literatura, como a do *site Resultado Global* e a do Verga (2023). Para ilustrar o panorama geral de formatos mais frequentes, seguiremos definição de Verga (2023) conforme tabela a seguir:

³² Tradução livre para “Programa de entrevistas”.

Tabela 3 - Gêneros mais comuns

Gênero	Descrição
<i>Podcasts</i> Solo (Monólogo)	Muito usado como um diário onde o autor fala diretamente com/para os ouvintes.
Formato de entrevista (ou <i>podcasts</i> de conversação)	Muito popular dentre os formatos. Se assemelha aos <i>talk shows</i> onde a um ou mais anfitriões (Autores), e seus convidados. Por exemplo o <i>The Joe Rogan Experience</i> .
Programa com vários apresentadores	Dois ou mais autores debatem sobre assuntos distintos, geralmente guiado por um host (Pessoa com a função de conduzir a conversa e interagir com os convidados. A personalidade do host tornasse a marca registrada do <i>podcast</i>) a respeito de diversos temas, contam notícias, expressão opinião, compartilham histórias, etc.
Narrativos (Storytelling)	O autor se dedica a contar uma história específica e envolventes em um ou vários episódios, isto é, com uma estrutura episódica, seja baseado em fatos ou ficcional. Por exemplo os <i>podcast</i> do gênero <i>True Crime</i> .
Formato serializado	Onde uma única história se desenrola em vários episódios. Por exemplo o “França e o Labirinto”
Histórias de episódio único	Em cada um de seus episódios é contada uma história distinta.
Mesa redonda (Discussão)	Um grupo de pessoas, geralmente especialistas ou entusiastas, discutem a respeito de um tópico em profundidade explorando em diferentes perspectivas.
Educacional	Gênero que se constitui em disseminar informações de especialistas ou ensinar o público sobre um determinado assunto. Pode abordar uma ampla gama de assuntos e como história, idiomas, empreendedorismo, ciências etc.
Humorísticos	É um formato em que o conteúdo não se leva a sério como informacional, apenas como entretenimento. São apresentados esquetes de humor, improvisações e entrevistas descontraídas.
Notícias e eventos atuais	Gênero informativo que traz notícias diárias ou semanais sobre uma variedade de tópicos, podendo ser aprofundado ou não.
Entrevistas	Geralmente, são apresentadores que conversam com convidados, de diversas áreas, compartilhando ideias, experiências e histórias pessoais.
Narração de história	Os autores tecem narrativas complexas, contam contos de ficção ou crimes reais, cativando os ouvintes.
Ficção científica e fantasia	É um tipo de produção onde os autores exploram mundos e universos alternativos, usando da imaginação desde épicos de fantasia até ficção científica futurística.
Ficção de drama	Programas roteirizados, semelhantes às novelas de rádio.
Revisão e recapitulação	Comentaristas discute e criticam eventos do entretenimento como TV, filmes e livros - <i>Modo Binge</i> .
Interativo	Programas em que o comentarista conta com a participação do público, geralmente enviando perguntas, pedindo conselhos, formulando opinião ou contando

	causos.
Documentário de não ficção	Semelhante à narrativa, mas focada em eventos e reportagens reais.
Comentário	Programa em que, geralmente, o apresentador oferece comentários sobre um tema específico, como esportes, política ou cultura para que as personalidades presentes no episódio discorram ou formulem opiniões.
Diário Pessoal	<i>Podcast</i> onde os anfitriões compartilham suas experiências e reflexões pessoais.
Conselhos e autoajuda	<i>Podcasts</i> focados em ajudar os ouvintes a lidar com problemas reais da vida diária.
Programa de jogos	Aborda jogos como RPGs, desafios e competições interativas.

Fonte: Verga, 2023.

A ampla gama de gêneros dentre as produções não limita o uso de um ou mais temas para seus episódios. Com exceção dos gêneros, que por definição são restritivos, como a ficção, os humorados ou os documentários. Há espaço para todas as abordagens dos mais variados temas e a taxonomia fornece aos ativos uma localização clara dentro da coleção, que é exclusiva do contexto por trás da criação desses ativos.

Há uma preferência do grande público por certos temas que seguem uma distribuição discrepante de “número de procura” e produção. Por exemplo, o tema “*True Crime*”³³ é o tópico mais comum entre os bem avaliados segundo a *Pew Research Center* que realizou pesquisa com uma amostra de 451 *podcasts* dentre os mais bem classificados nos Estados Unidos. (Stocking *et al.* 2023). Com base no artigo, segue ilustrado na tabela posterior os temas mais produzidos e usuais de *podcast*.

Tabela 4 - Distribuição da produção por temas

Tema	Descrição	Porcentagem de produção entre os bem avaliados
Crimes Reais	Investigações e análises sobre assassinatos, escândalos e outros atos criminosos.	24%
Política	Aborda temas políticos e em análises e discussões políticas.	10%
Cultura Pop, Entretenimento e Artistas	Tratam sobre produções e vida dos artistas, além de discussões sobre mídia e cultura popular.	9%
Autoajuda e Relacionamentos	Programas que buscam auxiliar a motivação, o espírito de liderança e melhorar as relações pessoais de seus ouvintes.	8%

33

Tradução livre para “Crimes reais”.

Esportes	<i>Podcasts</i> sobre esportes e discussões sobre o mundo do esporte.	6%
História	<i>Podcasts</i> científicos focados em eventos históricos.	4%
Religioso	Tratam de temas religiosos, espiritualidade e religião.	2%
Comédia	Programas humorístico que, geralmente, não se levam a sério e focados no entretenimento.	2%
Dinheiro, Negócios e Finanças	Aborda temas relacionados a economia, focando no mundo corporativo, empreendedorismo e inovações de mercado. Com conselhos sobre finanças, investimentos e economia.	2%
Saúde e Bem-estar	Voltado para discussões sobre saúde física e mental, estilo de vida saudável e dicas de bem-estar.	1%
Ciência	Voltado para temas científicos como uso de tecnologia, novidades científicas ou curiosidades.	1%
Cinema	Voltado para avaliações, críticas e discussões sobre filmes e series.	-
Filosofia	<i>Podcasts</i> que exploram questões filosóficas, debates sobre diversos temas da área da filosofia.	-
Jogos	Focado no universo dos videogames e jogos de mesa.	-
Crianças	<i>Podcasts</i> voltados para o público infantil, com músicas e temas educativos.	-
Múltiplos	Mais de um tema por canal de <i>Podcast</i>	20%

Fonte: STOCKING *et al.*, 2023.

Um em cada cinco *podcasts* dos mais bem avaliados focam em vários temas e outros temas ficaram na margem dos 16% na distribuição. Alguns *Podcasts* também dividem seus episódios em temas diferentes a cada publicação. Segundo a *Pew Research Center* (Stocking *et al.*, 2023), aproximadamente, um terço dos ouvintes de *podcast* dos Estados Unidos da América, podendo esses números ser ainda maiores, ouvem regularmente *podcasts* como entretenimento (46%), informativo político (41%), histórico (40%), crimes reais (34%) e autoajuda (32%).

Cada um desses gêneros representa a versatilidade dos *podcasts* e de sua capacidade de adaptar formatos de mídia tradicionais à era digital. O formato está diretamente relacionado ao tom narrativo, ao envolvimento e estrutura do programa. De conversas casuais à dramas produzidos profissionalmente, cada formato tem um público-alvo e tem como objetivo chegar ao maior número de ouvintes. (Verga, 2023)

Mas as possibilidades de formato não se limitam aos aqui listados. Alguns assumem a caracterização de “Híbrido”, onde há uma combinação de um ou mais formatos. É o exemplo do *Radiolab*, que alterna entre temas como política, filosofia e ciências.

Dentre os gêneros de *podcast*, assim como outros veículos de mídia, como livros, revistas e

filmes, os *podcasts* podem ser classificados por gênero como drama, ficção, jornalístico, educacional etc. O gênero é mais vasto que o formato ou a estrutura e um *podcast* não precisa ser exclusivamente de um modelo específico, podendo assumir caráter híbrido e misturar mais de um formato, gênero e estrutura ou aderir a um único modelo em um episódio e depois ser alterado nas próximas publicações. Os gêneros de *podcast* agrupam coleções de obras em categorias determinadas. (Milewski, 2021).

Há dois principais tipos de classificação de indexação: a manual e automática. A indexação manual é realizada por meio da análise do conteúdo do documento por um indexador que seleciona os termos baseados na exaustividade e especificidade da descrição. A indexação automática é o processo de indexação realizado por programas ou *softwares* de computador que escaneiam o documento e identificam palavras e termos mais recorrentes (Vieira, 1988).

Apesar dos programas de computador serem ainda mais precisos que a indexação manual, o padrão ainda é a análise intelectual do indexador. As apresentações das características distintivas por meio dos indexadores são fundamentais para a recuperação e a indexação manual enfrenta problemas de inconsistência e de subjetividade. Podem ser mais contextualizados e customizados de acordo com a proposta do *podcast*, mas ainda estão sujeitas a falha na recuperação da informação. A aplicação de indexadores bem elaborados aos *podcasts* proporcionar um sistema mais estruturado e acessível com consistência para operar entre a organização de arquivos sonoros.

5. ESPECIFICIDADES DOS PODCASTS DE CINEMA E SEUS DESCRITORES

No universo cinematográfico, o *podcast* geralmente desempenha um papel de debate, análise ou crítica sobre lançamentos ou produções já lançadas. Esses conteúdos devem alcançar a maior parte de seu público-alvo abordando a estrutura própria dos *podcasts* de cinema. O volume gigantesco de produções dificulta a acessibilidade das obras disponíveis. O excesso de informação, às vezes, pode significar nenhuma informação. A quantidade de *podcasts* em atividade nos Estados Unidos e no Brasil é exorbitante e se publica mais episódios a cada segundo.

O Brasil é o segundo país que mais produz *podcasts* no mundo, ficando atrás somente dos Estados Unidos. Quando analisamos os dados de consumo desses dois países, é possível notar uma discrepância notável no número de *podcasts*. Segundo dados recentes da *Exploding Topics*, os Estados Unidos hospedam a grande maioria, com cerca de 1.896.056 *podcasts*, o que representa aproximadamente 66,05% do total de *podcasts*. Em comparação, o Brasil possui cerca de 195.269 *podcasts*, constituindo cerca de 6,8% do número total (Howarth, 2024).

Para a recuperação de todo conteúdo disponível é necessário otimizar a disseminação da informação.

Hoje o cenário de busca de informações consiste na busca do usuário pelos mecanismos de hospedagem de *podcast*, recuperado por determinados temas com uso de palavras-chave, e a resposta à consulta do usuário é entregue pelo mecanismo de busca que retorna uma lista de *podcasts* sugeridos. O usuário analisa e seleciona os desejados com base nos metadados disponíveis no nível *feed* de resposta, ou seja, título e descrição do *podcast*. Mas como melhorar a busca por *podcasts* de cinema?

Lancaster (2004) destaca que ao mesmo tempo que o indexador tem que realizar um trabalho onde não falte dados úteis para a representação, não é possível, ou não há condições, para se ouvir e conhecer a obra de todos os episódios por completo. Para isso, a indexação de áudios deve seguir o mesmo exemplo de análise de um documento. Não é recomendado realizar as análises somente pelo título ou pelo resumo, porque esses podem ser enganosos. A análise dos sons e dos aspectos narrativos, formais e contextuais das obras, além de escolher os descritores precisamente, são um desafio, como sugerem alguns exemplos de temas afunilados para descrição de *podcast* de cinema na tabela abaixo:

Tabela 5 - Amostra exemplificada de indexadores para *podcast* de cinema

Categoria	Termos indexadores
Produção	História de produção; Bastidores; Cinematografia.
Indústria cinematográfica	História dos estúdios; Principais estúdios de cinema; Tendências do mercado; Impacto econômico do cinema; Plataformas de <i>streaming</i> ; Modelos de financiamento.
Crítica	Análise dos filmes; Resenha; Estilo e Direção; Atuação; Roteiro; Mensagens; Comparação entre filmes.
Cinema independente	<i>Crowdfunding</i> ³⁴ ; Diretores Independentes; Festivais de Cinema Independente; Técnicas de filmagem; Documentários
Técnicas e aspectos técnicos	Roteiro; Efeitos especiais; Cinematografia; Edição; Som; Iluminação.
Direção de arte	Estilo de direção; Criação de cenários; Detalhes e autenticidade; Arte em filmes.

³⁴ Forma de investimento coletivo, onde o público, entusiastas ou qualquer pessoa pode colaborar financeiramente e incentivar a produção de empresas novas, prática usada para captação de recursos.

<i>Blockbusters</i> ³⁵	Conceito de <i>blockbuster</i> ; Produções milionárias; Publicidade; Franquias; Sequências.
Recortes históricos	Idade Média; Contemporânea; Futurismo.
Gêneros cinematográficos	Ficção científica; Drama; Terror; Comédia; Romance; Animação.
Cinemas nacionais	Cinema brasileiro; Cinema indiano; Cinema francês; Cinema americano, Cinema japonês.
Enfoque ou abordagem	Estudo de diretores; Efeitos visuais; Direção de música; Análise de trilhas sonoras; Estudo de atores.
Premiações da indústria audiovisual	Oscar; Framboesa de Ouro; Globo de Ouro; César; Palma de Ouro; Prêmio Patrick- Dewaere; Grande Prêmio do Cinema Brasileiro; Kikito; Troféu Barroco; Troféu Broto; Impacto das premiações; Previsões e expectativas para premiações.
Movimentos cinematográficos	<i>Art Deco</i> ; Surrealismo; Neorrealismo, <i>Nouvelle Vague</i> , Cinema Novo.

Os temas apresentados na tabela como descritores são metadados, que é a denominação de um dado que descreve outros dados, e é fundamental o uso técnico e estruturado desses descritores no tratamento do material, a indexação e catalogação (Miranda, 2024). O uso adequado potencializa a recuperação do documento catalogado seja ele um livro ou um episódio de *podcast* sobre cinema que pode se ramificar por diversos outros subtemas.

A indexação de *podcasts* de filmes é complexa pelo seu caráter multidimensional. Dados como local, época da ação, caracterização de personagens, nomes de participantes, palavras-chave relacionadas aos tópicos e a necessidade de critérios claros são centrais para evitar interpretações subjetivas. (Macambyra, 2024)

O indexador decide primeiro quais assuntos devem ser representados e conhecer bem seu público-alvo para atender aos interesses da comunidade (Lancaster, 2004). Um dos diferenciais propostos por Johnson (2018) para os descritores de *podcasts* é que a apresentação clara e objetiva do formato do programa e a frequência com que há conteúdo novo, além dos apresentadores. Assim, um exemplo prático e fictício da organização e catalogação de *podcasts* de cinema enquanto documentos digitais seria: Indexar um episódio de *podcast* que trata sobre os filmes do diretor de cinema Quentin Tarantino ⇒ Título do programa (Identidade própria dos filmes do Tarantino) ⇒ Participantes ⇒ Data

³⁵ A indústria cinematográfica começou a usar a palavra para filmes que alcançam mais de 100 milhões de dólares na venda de bilhetes de cinema. É uma palavra usada para indicar um filme, ou uma obra artística, que se torna popularmente conhecida para muitas pessoas, produzida cuidadosamente e que rende alto retorno financeiro.

de publicação ⇒ Nome do diretor (Tarantino, Quentin) ⇒ Gênero (Ação, Ficção, comédia e Drama) ⇒ Modalidade (Cinematografia clássica) ⇒ Tema (Violência no cinema) ⇒ Subtema (Diretores americanos) ⇒ Palavras-chave.

Esses metadados seguem as diretrizes de organização do conhecimento e podem ser adaptados, por exemplo, para a conformidade com vocabulários controlados do repositório, considerando as particularidades desse tipo de documento, informações relevantes como a categoria das obras discutidas, gêneros de ação, drama, comédia, ou períodos históricos do cinema clássico ou contemporâneo não devem ser negligenciadas tendo em vista que indexação de *podcasts* prioriza a acessibilidade e a otimização para o público-alvo.

Lancaster (2004) resume os princípios da prática de indexação em alguns tópicos, um deles é o da análise de documento. Consiste em um documento só poder ser tratado, caso o indexador consiga examiná-lo de fato. Isso é um desafio para indexação de *podcasts* uma vez que, diferente de um documento impresso que por meio da leitura analítica pode ser rapidamente compreendido seus assuntos, no caso dos documentos de áudio, essa análise é mais demorada e delicada de se obter.

Além do obstáculo na avaliação do documento, as plataformas apresentam uma série de dificuldades na organização e categorização de seus *podcasts*. Assim como a falta de padronização, que devido à natureza diversificada e dinâmica dos *podcasts* de cinema, dados fundamentais são esquecidos, o que dificulta a acessibilidade e a relevância da informação disponibilizada aos usuários.

O desuso de padrões de metadados e a escolha de descritores adequados com base no documento tratado para a manutenção da classificação necessitam de atenção dobrada e constante, visto que há obras inéditas com frequência. As percepções de credibilidade são amplamente consideradas como tendo dois componentes principais, a padronização e experiência na confiabilidade. (Tsagkias *et al.*, 2008)

O papel do tratamento do *podcast* é atribuído, desde o início, aos próprios criadores e colaboradores das obras. Pessoas que, em sua maioria, não têm qualificação para essa atividade, consequentemente acarreta em alguns casos obstáculos ou ruídos na recuperação do conteúdo digital. Discutir as ferramentas e tecnologias disponíveis é fundamental para a preservação das obras digitais, documento muito mais sensíveis e sujeitos ao desaparecimento que os analógicos. Assim como o *iTunes U* que foi descontinuado pela *Apple* em 2021 e com isso perdeu todo material que a universidade de *Stanford* alimentava desde 2005 com programas educativos em formato de *podcast*, o *Stanford no iTunes* (Collins; Moore, 2024).

Preocupações com a preservação e a acessibilidade futura dos *podcasts* de cinema devem ser centrais ao fazer o *upload* de novos episódios, considerando a importância de garantir a conservação e a disponibilidade desses conteúdos digitais a longo prazo. Assim como ocorre com livros antigos,

esgotados ou sem interesse comercial, e com filmes que, apesar de não terem apelo comercial, possuem grande relevância cultural, as bibliotecas têm sido uma solução viável (Macambyra, 2019). No caso dos *podcasts*, a situação é semelhante, embora o formato e a coleção sejam diferentes, uma solução para reunir e organizar um grande volume de *podcasts* de cinema é a criação de arquivos especializados. Esses arquivos dedicados exclusivamente ao desenvolvimento de acervos de *podcasts* podem vir a se tornar uma solução adequada para preservar o formato, que possui uma natureza inerentemente documental, fornecendo valor informativo e cultural duradouro.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há vinte anos em que os *podcasts* estão ao nosso alcance, mas apesar de ser um veículo muito novo, já é possível mensurar sua evolução e estipular possíveis futuros para uma mídia que, em tão pouco tempo, se tornou tão popular. A partir da análise evolutiva é possível destacar a crescente importância e alcance dos *podcasts* como meios de comunicação contemporâneos e documentos sonoros digitais.

Combinando acessibilidade, agilidade e adaptabilidade, os *podcasts* já nascem em um contexto Web 3.0 e o uso de tecnologias de identificação de voz e transcrição já foram bem aceitas como auxílio nas publicações. A princípio, o uso de tecnologias como essas garantem a acessibilidade e a disseminação dos *podcasts* em um nível razoável, mas não exime a necessidade de avaliação e cuidado na revisão do tratamento a longo prazo que um indexador pode prestar.

Os descritores adequados, como exemplificado nos temas cinematográficos, auxiliam a experiência dos ouvintes. Os metadados como entrevistador, entrevistado, criador, resumo, data de publicação, *etc.*, são elementos que não devem ser negligenciados tendo em vista a necessidade da preservação digital e a garantia que os *podcasts* permaneçam acessíveis e utilizáveis no futuro.

Destacamos ao longo desse estudo a necessidade do tratamento técnico adequado para a organização, preservação e recuperação desses arquivos de áudio digitais que emergem no início do século XXI. Onde a atribuição coerente e meticulosa de indexadores aos episódios corrobora com o processo de acessibilidade, de disseminação e armazenamento. A complexidade desse cuidado para *podcast* de cinema é exemplificada no decorrer do estudo onde destacamos maneiras de afunilar o tratamento embasado na literatura apresentada.

Podemos concluir que a aplicação de descritores e metadados adequados no universo dos *podcast*, além de auxiliar os usuários a encontrar conteúdos relevantes e de seu interesse, efetivamente difundiu o conhecimento contido nesses arquivos sonoros digitais ao público-alvo, auxilia

fundamentalmente na preservação da história e na garantia da longevidade e acessibilidade da mídia.

Portanto, considerando a natureza sensível e frágil dos arquivos sonoros digitais, é fundamental estabelecer práticas de tratamento e conservação destes arquivos. A continuidade das pesquisas nessa área é essencial para fortalecer a preservação e a valorização dos *podcasts* como fontes de informação, cultural no cenário digital contemporâneo e fator social de disseminação de conhecimento.

Muitos *podcasts* não tiveram continuidade e a preservação dessas fontes de informação seria de suma importância para futuros estudos ou simplesmente para se conhecer a trajetória dos canais na mídia. Iniciativas de preservação de *podcast* devem seguir e aprender com as tentativas de preservação das velhas mídias, como o rádio.

Diante do exposto, essa pesquisa destacou o crescimento exponencial desse documento digital sonoro digital e suas especificidades ressaltando a necessidade de tratamento técnico adequado para a organização, preservação e recuperação da informação. A presença de ferramentas de transcrições e descritores bem elaborados fazem grande diferença para melhorar a recuperação de informações nos *podcasts* e otimiza sua publicação.

Ainda assim, são necessárias mais pesquisas para abordar a questão da preservação do documento no cenário contemporâneo, onde a falta de padronização no tratamento das obras dificulta a experiência dos usuários em localizar conteúdos relevantes. A abordagem do *podcast*, enquanto documento digital sonoro, necessita da ampliação de estudos sobre o tema, no sentido de fortalecer a preservação e a acessibilidade dessas fontes de informação essencial.

REFERÊNCIAS

- AMOROZO, M. **Um podcast sobre podcasts**. LabAudio | FAC. Universidade de Brasília. Disponível em http://labaudio.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=375&Itemid=1171 Acesso em 06 dez. 2024
- BALACÓ, B; GUIMARÃES, C.; RUTILLI, M. **A reinvenção da resenha via Mesacast: o modelo brasileiro de podcast esportivo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – PUCMinas – 2023 Disponível em: https://www.academia.edu/109543308/A_reinven%C3%A7%C3%A3o_da_resenha_via_Mesacast_o_modelo_brasileiro_de_podcast_esportivo_1 Acesso em: 28 jan. 2025.
- BONINI, Tiziano. **Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media**. In M. Lindgren and J. Loviglio, Routledge Companion to Radio and Podcast Studies. London: Routledge. 2022 p. 19-29. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/358978959_Podcasting_as_a_hybrid_cultural_form_between_old_and_new_media_PRE-PRINT Acesso em: 03 out. 2024.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. Remediation: Understanding new media. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, Cambridge: The MIT Press, 2000, v. 50, n. 8, p. 234-235.
- BOTTOMLEY, J. Bottomley. **Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction**. Journal of Radio & Audio Media. 2015. V. 22, n. 2, 164-169.
- BREITMAN, Kendall. **How to Write Amazing Podcast Descriptions (With Examples)**. Riverside 16 jan. 2024. Disponível em: <https://riverside.fm/blog/podcast-descriptions> Acesso em: 23 jul. 2024.
- CARVALHO, K. M. A. de. **Podcast: estudo bibliográfico a partir da análise conceitual da mídia como documento tendo como aporte teórico os preceitos de Paul Otlet**. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2qRo53n>. Acesso em: 16 ago. 2024.
- CARVALHO, K. M. A. de; SALDANHA, G. S. **O som que o documento tem: o podcast da web 2.0 ao princípio monográfico**. Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends. v. 12. n. 1. 2018. p.36-45. Disponível em: <https://bit.ly/2WWbD0s>. Acesso em: 16 jul. 2024.
- CARVALHO, P. M. de. **Podcast: novas possibilidades sonoras na internet**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2014, Foz do Iguaçu. Anais. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIV. Foz do Iguaçu: Centro Universitário Dinâmicas das Cataratas, set. 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2849-1.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2024.
- CASTRO, G. G. S. **Podcasting e consumo cultural**. E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v. 4, 2005. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/53/53>. Acesso em: 30 mai. 2024.
- CHAVEZ, A. R. **Brasil: 20,4% ouvem podcasts mais de 5 horas por semana**. Business Yougov, 12 set. 2023. Disponível em: <https://business.yougov.com/pt/content/47336-brasil-201-ouvem-podcasts-mais-5-horas-semana>. Acesso em: 30 mai. 2024.

COLLINS, V.; MOORE, E. A. **Preserving podcasts in institutional repositories: how can archivists tackle this rising form of scholarship?**. Choice360, 25 mar. 2024. Disponível em: <https://www.choice360.org/libtech-insight/preserving-podcasts-in-institutional-repositories/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

COUTO, A. L.; MARTINO, L. M. S. **Dimensões da pesquisa sobre podcast: trilhas conceituais e metodológicas de teses e dissertações de PPGComs (2006-2017)**. Revista Rádio-Leituras, v. 9, n. 2, p. 48-68, jul./dez. 2018.

CUNHA, M. B. da; CAVALCANTI, C. R. de O. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2008. xvi, 451 p.

DIANA, D. **História do rádio**. Toda Matéria, [s.d.]. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/historia-do-radio/>. Acesso em: 30 jul. 2024.

DIMOCK, M. **Defining generations: where Millennials end and Generation Z begins**. Pew Research Center, 2019. Disponível em: <http://tony-silva.com/eslefl/miscstudent/downloadpagearticles/defgenerations-pew.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2024.

Entenda o conceito de Cultura da Convergência e como aplicá-lo no Marketing Digital. Rock Content, 4 jan. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/cultura-da-convergencia/>. Acesso em: 24 out. 2024.

EURITT, A. **Podcasting as an intimate medium**. Taylor & Francis, 2023.

FELICE, G. B. B. **Como um Podcast é Descoberto e Escolhido? Investigando os Consumidores Dessa Nova Mídia**. Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, jul. 2018. p. 38 Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/21967/3/ComoPodcastDescoberto.pdf>. Acesso em: 12 out. 2024

Flow Podcast foi intimado após programa com Matuê por fazer "apologia ao uso de drogas". Portal Rap Nas Caixas. 1 mai. 2021. Disponível em: <https://www.portalrapnascaixas.com/post/flow-podcast-foi-intimado-ap%C3%B3s-programa-com-matu%C3%AA-por-fazer-apologia-ao-uso-de-drogas-confira>. Acesso em 15 dez. 2025.

FREIRE, E. P. A. **Potenciais cooperativos do podcast escolar por uma perspectiva freinetiana**. Revista Brasileira de Educação, v. 20, n. 63, p. 1033–1056, out. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/flkBmgrpkfLsDtMzvYWjtMCG/?lang=pt>. Acesso em: 22 jun. 2024.

GONZÁLEZ-CONDE, M. J.; SALGADO-SANTAMARÍA, C. **Networks of participation and communicative interchanges in public radio: podcasting**. Comunicar, v. 17, n. 33, p. 45–54, 2009. ISSN 1134-3478. DOI: 10.3916/c33-2009-02-004.

HAMMERSLEY, B. **Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs, reports Ben Hammersley. Audible revolution**. The Guardian, 12 fev. 2004. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Acesso em: 05 jun. 2024.

HOWARTH, Josh. **How Many Podcasts Are There?** (New 2024 Data) EXLODING TOPICS.

Disponível em: <https://explodingtopics.com/blog/number-ofpodcasts>. Acesso em: 01 jun. 2024

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación**. PAÍDOS. Tradução de Pablo Hermida Lazcano. 2008. p. 301

JOHNSON, A. **We found it! Problem-solving through archival taxonomy and meta-tagging**. History Factory, 20 nov. 2018. Disponível em: <https://www.historyfactory.com/insights/we-found-it-problem-solving-through-archival-taxonomy-and-meta-tagging/>. Acesso em: 26 jun. 2024.

LANCASTER, F. W. **Indexação e resumos: teoria e prática**. Brasília: Briquet de Lemos, 2004. Disponível em: <https://bibliotextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/07/livro-indexac3a7c3a3o-e-resumos-teoria-e-prc3a1tica-lancaster.pdf> Acesso em: 22 set. 2024

LOUREIRO, J. **Principais formatos de áudio para um podcast**. Podlereescrever, abr. 2022. Disponível em: <https://www.podlereescrever.com.br/principais-formatos-de-audio-para-um-podcast>. Acesso em: 18 jun. 2024.

MACAMBYRA, Marina. **Indexação de imagens: escrever sobre sem jamais ter feito**. Imagem falada. 15 set. 2024. Disponível em: <https://imagemfalada.wordpress.com/tag/indexacao/> Acesso em: 24 nov. 2024

MAIA, F. M., SILVA, J. **Na onda do streaming: plataformas digitais sonoras no mercado musical brasileiro**. 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1314-1.pdf>. Acesso em: 06 abr. 2024.

MATSUKI, Edgard. **Cem anos do rádio no Brasil: das emissoras pioneiras até a Era de Ouro**. Agenciabrasil. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-06/cem-anos-do-radio-no-brasil-das-emissoras-pioneiras-ate-era-de-ouro> Acesso em: 01 set. 2024.

MEDEIROS, M. S. de. **Podcasting: um antípoda radiofônico**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2006, Brasília. Anais do XXXIV. Brasília: Universidade de Brasília, 2006. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109425410741320594702700363707183744831.pdf>. Acesso em: 28 set. 2024.

MELLO, Daniel. **MP vai investigar apresentador e produtora por apologia ao nazismo**. Agência Brasil, São Paulo, 09 fev. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2022-02/mp-vai-investigar-apresentador-e-produtora-por-apologia-ao-nazismo> Acesso em: 15 mar. 2025.

MILEWSKI, K. **A full guide to podcast formats and genres**. Live365, 17 set. 2021. Disponível em: <https://live365.com/blog/a-full-guide-to-podcast-formats-and-genres/>. Acesso em: 06 abril 2024.

MIRANDA, luiz. **Metadados: o que são, tipos e exemplos**. Revista Quero. 07 nov. 2024. Disponível em: <https://querobolsa.com.br/revista/metadados-o-que-e> Acesso em: 28 nov. 2024

MOTA, M. S. **Podcast como alternativa didática para o ensino de física no ensino médio**. 2019. p. 119. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Rede - Ensino de Física em Rede Nacional/CCET) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2012.

NIELSEN. **Podcasting hoje.** Maio de 2022. Disponível em: <https://www.nielsen.com/pt/insights/2022/podcasting-today/> Acesso em: 14 jul. 2024.

O que é Videocast e como ele se diferencia do Podcast?. Vídeoeísson. (2024?). Disponível em: <https://videoeisso.com.br/videocast/o-que-e-videocast/> Acesso em: 24 out. 2024.

Oral History Toolkit: A How-To and Resource Guide. Course & Subject Guides. University of Pittsburgh. 31 jan. 2024. Disponível em: <https://pitt.libguides.com/oralhistorytoolkit/formats> Acesso em: 07 out. 2024.

Quem Somos Conheça quem faz o Cinema com Rapadura acontecer. Cinema Com Rapadura. 26 jan. 2018. Disponível em: <https://cinemacomrapadura.com.br/noticias/447291/quem-somos-conheca-quem-faz-o-cinema-com-rapadura-acontecer/> Acesso em: 16 nov. 2024.

RAPADURACAST. Wikipedia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/RapaduraCast>. Acesso em: 15 set. 2024.

REDAFLAVIA. **História do podcast: da criação à popularização.** Disponível em: <https://suaimprensa.com.br/blog/historia-do-podcast-da-criacao-a-popularizacao/>. Acesso em: 15 mai. 2024.

RIBEIRO, D. **Podcast.** Dicionário online de português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/podcast/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

SILVA, Á. C. C. S. **A utilização de novas mídias digitais como fonte de informação: um estudo exploratório sobre podcasts.** 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Instituto de Ciências Humanas e da Informação, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2019.

SCATAMBURLO, B., CAMPOS, N. **A Era do Áudio: Tendências do consumo de Streaming de Áudio no Brasil.** Comscore. 29 jul. 2020. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Blog/Tendencias-do-consumo-de-Streaming-de-Audio-no-Brasil> Acesso em: 03 set. 2024.

SCHELLENBERG, T. R. **Modern archives:** Principles and techniques. Chicago: The University of Chicago Press, 1975.

TRINCA, M. D.; FIGUEIREDO, S. P. de. **Formatos de podcasts: uma nova proposta de classificação baseada em estruturas.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, João Pessoa. Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UFPB. 9 set. 2022. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0805202217352562ed7f0dc794c.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2024.

TRIPODI, Gabriel. **Podcast vs Videocast: qual a diferença?.** Comunicação Corporativa. 04 jan. 2022. Disponível em: <https://www.comunique-se.com.br/blog/podcast-vs-videocast-qual-a-diferenca/> Acesso em: 24 out. 2024.

TSAGKIAS, M.; et al. **PodCred: a framework for analyzing podcast preference**. 2008. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/221613878_PodCred_A_framework_for_analyzing_podcast_preference. Acesso em: 01 set. 2024.

VERGA, N. **14 types of podcasts: formats, genres, and more**. RadioActiveMedia, 1 nov. 2023. Disponível em: <https://radioactivemedia.com/types-of-podcasts/>. Acesso em: 21 jun. 2024.

VIANA, L. **Jornalismo narrativo em podcast: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral**. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2023. 406 p.

VIEIRA, Simone Bastos. **Indexação automática e manual: revisão de literatura**. Ciência da Informação, Brasília, v. 17, n.1, p. 43-57, jan./jun. 1988.

SIBIRTSEVA, Maria. **Por Que Os Podcasts São Tão Populares? Um Olhar Sobre O Passado, O Presente E O Futuro**. Depositphotos Blog. 21 mai. 2020. Disponível em: <https://blog.depositphotos.com/br/por-que-os-podcasts-sao-tao-populares.html>. Acesso em: 04 nov. 2024.

STOCKING, G; et al. **A Profile of the Top-Ranked Podcasts in the U.S.** Pew Research Center. 15 jun. 2023. Disponível em:

[https://www.pewresearch.org/journalism/2023/06/15/podcast-topics/#:~:text=Roughly%20a%20third%20or%20more,help%20and%20relationships%20\(32%25\)](https://www.pewresearch.org/journalism/2023/06/15/podcast-topics/#:~:text=Roughly%20a%20third%20or%20more,help%20and%20relationships%20(32%25)). Acesso em: 22 set. 2024.

WANG, Angela; GILLESPIE, Mike. **Discovering and indexing podcast episodes using Amazon Transcribe and Amazon Comprehend**. AWS Amazon. 20 set. 2018. Disponível em: <https://aws.amazon.com/pt/blogs/machine-learning/discovering-and-indexing-podcast-episodes-using-amazon-transcribe-and-amazon-comprehend/> Acesso em: 08 nov. 2024.

Werner, Sarah Rhea. **A Step-By-Step Walkthrough Of My Podcast Process**. 1 jan. 2017. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/sarahrheawerner/2016/12/31/a-step-by-step-walkthrough-of-my-podcast-process/>. Acesso em: 08 nov. 2024.