



Eixo 6 – O mundo digital: apropriações e desafios

Divulgação científica em mídias digitais: o BiblioCast FEIS conectando universidade e sociedade

Science communication in digital media: BiblioCast FEIS connecting university and society

Marilia Gabriela Pereira – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – marilia.pereira@unesp.br

Raiane da Silva Santos – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – raiane.santos@unesp.br

Erika Renata Bocchi Lomba – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – erika.bocchi-lomba@unesp.br

Sandra Montibeller – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – sandra.montibeller@unesp.br

Larissa Almeida Alves – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – larissa.a.alves@unesp.br

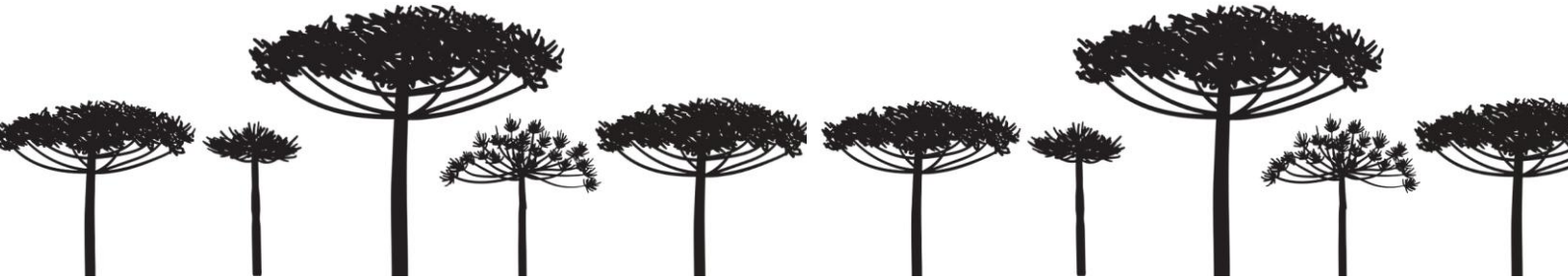
Resumo: Com a intensificação da circulação de informações impulsionada pela internet, bibliotecas universitárias passaram a adotar ferramentas digitais como estratégias de divulgação e comunicação científica. Este estudo analisa as métricas de engajamento do BiblioCast FEIS nas mídias digitais *Youtube*, *Spotify*, *Instagram* e *Facebook*, evidenciando seu impacto na democratização do conhecimento. A pesquisa, de caráter descritivo e exploratório, articula análises qualitativas e quantitativas. Os resultados indicam desempenho satisfatório no primeiro ano, com ampliação do acesso à informação, fortalecimento da divulgação científica e maior aproximação entre universidade e sociedade, evidenciando o potencial transformador das mídias digitais no contexto acadêmico contemporâneo.

Palavras-chave: Redes sociais. *Podcast* acadêmico. Métricas. Biblioteca Universitária. Democratização do conhecimento.

Abstract: With the intensification of information circulation driven by the internet, university libraries have adopted digital tools as strategies for scientific dissemination and communication. This study analyzes the engagement metrics of BiblioCast FEIS across digital platforms, including *Youtube*, *Spotify*, *Instagram*, and *Facebook*,



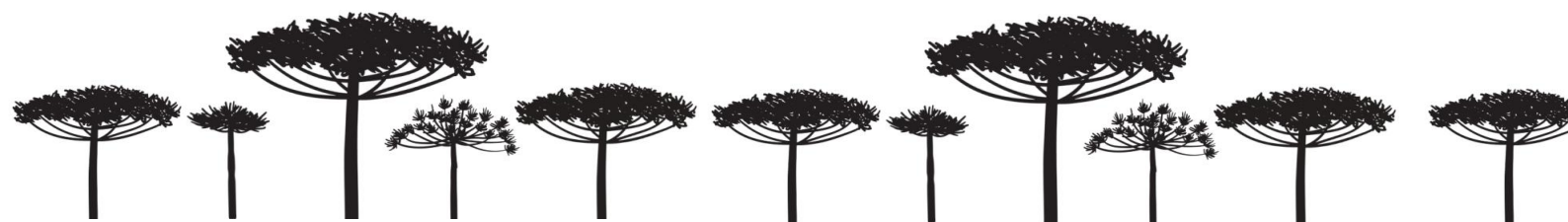
highlighting its impact on the democratization of knowledge. The research, characterized as descriptive and exploratory, integrates qualitative and quantitative analyses. The results indicate satisfactory performance in the first year, with increased access to information, strengthened scientific dissemination, and greater connection between university and society, demonstrating the transformative potential of digital media in the contemporary academic context.



universitárias (BU's) acompanham os avanços tecnológicos com o objetivo de qualificar seus serviços e produtos informacionais, promovendo a disseminação da informação, a democratização do conhecimento e o fortalecimento de sua relação com a comunidade acadêmica e a sociedade.

No século XXI, a intensificação da circulação de informações, impulsionada pela expansão da internet, levou as bibliotecas universitárias a incorporarem ferramentas digitais como estratégias para a divulgação de serviços e a disseminação da produção científica (Demarchi; Amaral, 2022). Nesse contexto, as mídias digitais consolidaram-se como ambientes relevantes para a circulação do conhecimento, ampliando o alcance da informação, otimizando sua disseminação e potencializando a interação com diferentes públicos (Sousa; Perucchi; Brandão, 2023). Dentre essas estratégias, o *podcast* destaca-se como um formato acessível, dinâmico e eficaz para a divulgação e comunicação científica, especialmente quando articulado a plataformas como *Youtube*, *Spotify*, *Instagram* e *Facebook* (Bezerra; Watanabe, 2025).

As métricas de engajamento em mídias digitais, como alcance, curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos, assumem papel central na avaliação dessas iniciativas, pois permitem mensurar a performance dos conteúdos e seu potencial de ampliar a disseminação do conhecimento para além dos limites institucionais. Nesse contexto, a Biblioteca da Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira adota o *podcast* como estratégia para reduzir o distanciamento entre a universidade pública e a sociedade, diante do desconhecimento acerca do acesso gratuito ao ensino superior e das pesquisas desenvolvidas nessas instituições.



Além da divulgação científica, a iniciativa também contempla a comunicação científica ao manter a comunidade acadêmica informada sobre pesquisas e ações desenvolvidas no câmpus, favorecendo a aproximação de estudantes com linhas de pesquisa e estimulando a interação entre docentes, contribuindo para o fortalecimento da produção científica institucional.

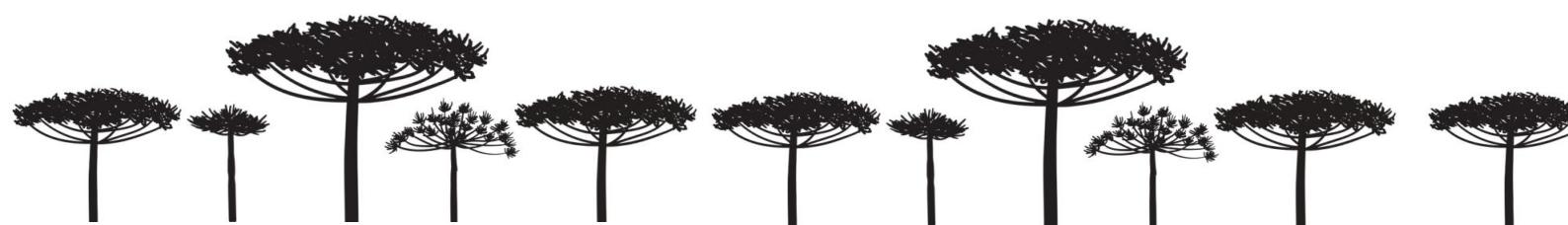
Dessa forma, o BiblioCast FEIS, idealizado em 2024 e implementado em 2025, tem como objetivo divulgar conteúdos científicos e informativos produzidos na Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira e em outros câmpus da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, por meio de mídias digitais, ampliando o acesso à informação e o engajamento da comunidade acadêmica e externa. Assim, este estudo visa analisar as métricas de engajamento nas redes sociais do projeto, evidenciando seu impacto na divulgação científica, na democratização do conhecimento e como ferramenta de conexão entre universidade e sociedade.

2 METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória, tendo como objeto a análise das métricas de engajamento dos conteúdos produzidos pelo BiblioCast FEIS nas mídias digitais (*Youtube, Spotify, Instagram e Facebook*). A abordagem metodológica é predominantemente qualitativa, incorporando dados quantitativos com o intuito de fundamentar as discussões propostas em relação ao tema (Gil, 2019; Pereira *et al.*, 2025).

2.1 O projeto BiblioCast FEIS

O BiblioCast FEIS é o *podcast* da Biblioteca da Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira (FEIS), pertencente à Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). Idealizado em 2024, o projeto foi estruturado e consolidado em 2025 por uma equipe multidisciplinar composta por bibliotecários, assistentes de suporte acadêmico, designer gráfico e profissionais da área de recursos audiovisuais do câmpus. Nos primeiros meses de desenvolvimento, foram definidos os objetivos, o público-alvo e o impacto esperado, além da criação da identidade visual e do planejamento do



cronograma de gravações, com episódios programados para durarem de 30 a 90 minutos.

A estreia ocorreu em 16 de maio de 2025, com a participação da Profa. Dra. Márcia Regina de Moura Aouada, cuja trajetória acadêmica e relevância científica foram destacadas como forma de inspirar discentes e atrair futuros alunos. Desde então, até abril de 2026, foram lançados 14 episódios, contemplando diferentes temáticas científicas e informativas.

2.2 Mídias sociais e métricas de engajamento

Os perfis do BiblioCast FEIS no *Instagram* e no *Facebook* foram criados em março de 2025, período em que a equipe da Biblioteca da FEIS estruturou e implementou uma campanha de *marketing* e divulgação voltada à captação de seguidores, ao engajamento do público acadêmico e ao alcance da comunidade em geral. Em maio de 2025, antes do lançamento do episódio de estreia, foram também criados os perfis no *Spotify* e no *YouTube*, destinados à disponibilização dos episódios completos, o que contribuiu para a ampliação do alcance do projeto e a diversificação dos canais de acesso ao conteúdo.

Todos os perfis podem ser localizados nas mídias sociais pelo nome “BiblioCast FEIS”. Para esta pesquisa, foram analisados dados coletados entre 1 de março de 2025 e 10 de abril de 2026, período superior a um ano, o que possibilitou uma análise mais consistente e representativa das métricas de engajamento ao longo do processo de consolidação do projeto (Pereira *et al.*, 2025).

Dentre as métricas analisadas, destacam-se: o alcance, correspondente ao número de contas atingidas por determinada publicação (Lovett; Owyang, 2010; Macedo, 2014); as curtidas, que indicam a aprovação ou interesse dos usuários pelo conteúdo; os comentários, que representam as interações realizadas nas publicações, incluindo textos e emojis; os salvamentos, que refletem o número de vezes que o conteúdo foi armazenado pelos usuários; e os compartilhamentos ou envios, que quantificam a disseminação do conteúdo entre usuários nas mídias sociais (Macedo, 2014).

Os relatórios de desempenho das métricas de engajamento foram obtidos por meio das ferramentas *Youtube Analytics*, *Spotify for Creators*, *Meta Business Suite* (*Instagram* e *Facebook*).



3 DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS MÍDIAS SOCIAIS

Para Bezerra e Watanabe (2025), a divulgação científica consiste na mediação da informação entre o universo científico e a sociedade, por meio da adaptação da linguagem e dos conteúdos, com vistas à ampliação da compreensão das pesquisas por públicos especializados e não especializados.

Na atualidade, as mídias sociais apresentam ampla adesão global e desempenham papel central nas dinâmicas comunicacionais (Ferreira; Souza, 2023; Santos; Barros; Ferreira, 2025). Dados do DataReportal (2025) indicam cerca de 6 bilhões de usuários de internet no mundo, dos quais 5,66 bilhões são ativos em redes sociais, com destaque para *Facebook*, *Youtube* e *Instagram*, plataformas contempladas nesta pesquisa. No segmento de áudio, o *Spotify* lidera o *ranking* de *streaming* por assinatura, com mais de 750 milhões de usuários (Spotify, 2026).

Nesse cenário, o BiblioCast FEIS insere-se como iniciativa alinhada às dinâmicas digitais, ao utilizar múltiplas plataformas para a divulgação científica. Além da disponibilização de episódios completos no *Youtube* e *Spotify*, o projeto adota estratégias vinculadas ao *Instagram* e *Facebook*, com a produção de conteúdos curtos, ampliando o alcance, favorecendo o engajamento e fortalecendo a conexão entre universidade e sociedade.

3.1 *Instagram* e *Facebook*

As postagens nas redes sociais *Facebook* e *Instagram* são organizadas por meio de calendário editorial mensal, com o objetivo de estruturar a divulgação dos conteúdos e orientar estratégias de crescimento dos perfis. Os *layouts* são desenvolvidos na plataforma *Canva* e publicados nas respectivas redes.

No período avaliado, o perfil do *Instagram* do BiblioCast FEIS alcançou 581 seguidores, atingindo 18.244 contas, com 136.057 visualizações e 4.564 interações, incluindo curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos (Tabela 1). Esses indicadores evidenciam o desempenho expressivo do projeto e consolidam o potencial das mídias digitais como ferramentas de divulgação científica. A publicação com maior engajamento integrou a campanha de lançamento do *podcast*, com narrativa descontraída (Pereira *et al.*, 2025), na qual um bibliotecário aposentado busca desvendar uma “grande fofoca”, posteriormente revelada como o lançamento do



BiblioCast FEIS, alcançando 1.682 contatos, 5.441 visualizações e 376 interações (237 curtidas, 82 comentários, 1 salvamento e 56 compartilhamentos).

A postagem com maior número de visualizações (5.060) e interações (80) corresponde ao cartaz de divulgação do episódio 11 (Figura 1), que aborda práticas antirracistas na educação e o projeto de extensão desenvolvido em parceria entre a universidade e a Escola Estadual Urubupungá de Ilha Solteira - SP, evidenciando o interesse do público por temáticas socialmente relevantes. Em conjunto, esses resultados quantitativos demonstram a capacidade do projeto de ampliar o alcance do conhecimento desenvolvido na instituição, ao promover a divulgação científica e facilitar o diálogo entre a universidade e a sociedade, estando em conformidade com o que é descrito por Talone Neto, Resende e Macedo (2024) ao avaliarem o “Minuto da biblioteca”, *podcast* da Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro (CFCH/UFRJ).

Tabela 1 – Métricas dos perfis do BiblioCast FEIS no *Facebook* e *Instagram*, no período de 1 de março de 2025 a 10 de abril de 2026

Plataforma	Seguidores	Visualizações	Engajamento	Alcance
<i>Facebook</i>	152	6.473	586	-
<i>Instagram</i>	581	136.057	4.564	18.244

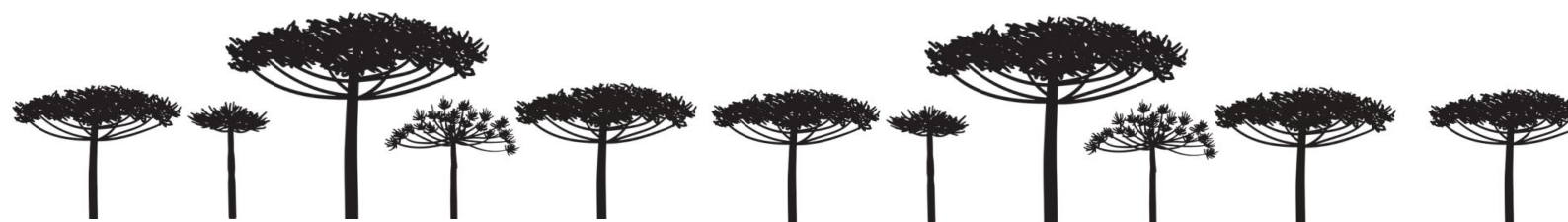
Fonte: Elaborada pelas autoras.

Figura 1 – Publicação com maior engajamento no perfil do *Instagram* do BiblioCast FEIS, no período de 1 de março de 2025 a 10 de abril de 2026



Fonte: Elaborada pelas autoras.

Descrição: *Layout* do episódio 11 do BiblioCast FEIS publicado no *Instagram*, com o título “Práticas antirracistas na educação”, imagens das professoras Amanda Queiroz e Lorena Oliveira e QR codes para acesso aos episódios nas plataformas *YouTube* e *Spotify*.



No *Facebook*, foram registrados 152 seguidores, 6.473 visualizações e 586 interações/engajamento (Figura 1). Embora sejam resultados relevantes, esse desempenho pode estar associado à publicação simultânea dos conteúdos no perfil oficial da biblioteca, que concentra maior audiência, com mais de 1.200 seguidores. Mesmo com a utilização do recurso de publicação em colaboração, observa-se que muitos usuários acessam os conteúdos por meio do perfil institucional, sem, contudo, converter-se em seguidores para a página do BiblioCast FEIS no *Facebook*.

Na literatura, há poucos estudos que quantificam métricas de *podcasts* acadêmicos, o que dificulta a definição de parâmetros de desempenho. Ainda assim, para além dos indicadores quantitativos, os resultados evidenciam o papel do BiblioCast FEIS na democratização do conhecimento e na aproximação entre a universidade pública e a sociedade. A iniciativa amplia o acesso à informação científica, torna a linguagem acadêmica mais acessível e contribui para a formação de uma sociedade mais informada e crítica. Esse impacto também se manifesta qualitativamente, por meio de relatos que indicam maior compreensão sobre a natureza pública e gratuita da universidade e suas atividades, bem como maior aproximação com seus espaços e práticas.

Dessa forma, ao articular dados quantitativos expressivos com impactos sociais concretos, o projeto demonstra que a divulgação científica em mídias digitais não apenas amplia o alcance da informação, mas também possui potencial transformador, capaz de despertar interesse, promover inclusão informacional e, conseqüentemente, contribuir para a mudança de realidades por meio do acesso ao conhecimento.

3.2 Youtube e Spotify

Nas plataformas *Youtube* e *Spotify*, os episódios são disponibilizados na íntegra. Adicionalmente, no *Youtube*, são utilizados os recursos de vídeos curtos (*shorts*) para a divulgação de cortes, que simultaneamente são compartilhados no *Instagram* e no *Facebook*. Atualmente, o canal do *Youtube* contabiliza 81 inscritos, 7.723 visualizações, mais de 12.346 impressões (número de vezes que um conteúdo é exibido, incluindo repetições por usuário) e 181,5 horas de reprodução (Tabela 2).

O vídeo com maior número de visualizações (1.929) corresponde ao *short* “Todo sonho tem um começo”, que apresenta a evolução do projeto. Entre os episódios



completos, destaca-se o episódio de estreia (386 visualizações), com a participação da Profa. Dra. Márcia Aouada, cuja trajetória acadêmica e atuação científica são apresentadas de forma inspiradora, especialmente para incentivar a participação de meninas na ciência (Figura 2). Esses resultados evidenciam o potencial do formato audiovisual na ampliação do alcance e no fortalecimento da divulgação científica, em consonância com o que é relatado por Silva e Paiva (2025).

Tabela 2 – Métricas dos perfis do BiblioCast FEIS no *Youtube* e *Spotify*, no período de 1 de março de 2025 a 10 de abril de 2026

Plataforma	Inscritos	Visualizações	Tempo de exibição (horas)	Impressões
<i>Youtube</i>	81	7.723	181,5	12.346
<i>Spotify</i>	20	73	13,0	-

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Figura 2 – Publicação com maior número de visualizações do BiblioCast FEIS no perfil do *Youtube*, no período de 1 de março de 2025 a 10 de abril de 2026



Fonte: Elaborada pelas autoras.

Descrição: Capa do episódio do BiblioCast FEIS no *YouTube*, com o título “Episódio 1: entrevista com a Profa. Dra. Márcia Aouada” e imagem da docente, de pele clara e cabelos loiros, vestindo camiseta rosa.

No *Spotify*, os dados obtidos por meio do *Spotify for Creators* indicam 73 reproduções, aproximadamente 13 horas de exibição e 20 seguidores, indicando desempenho inferior em relação às demais plataformas. Ainda assim, embora apresente menor performance quando comparado às outras mídias sociais, a plataforma obteve resultados superiores aos descritos por Melo Filho *et al.* (2025), que registraram 5 seguidores e 23 reproduções em um ano. Esse cenário pode estar relacionado às



diferenças de alcance entre as mídias digitais, sendo *YouTube*, *Facebook* e *Instagram* mais amplamente utilizados globalmente (DataReportal, 2025), enquanto o *Spotify* conta com cerca de 750 milhões de usuários (Spotify, 2026).

Ainda assim, a presença nessa ferramenta digital reforça a estratégia multiplataforma do projeto e indica a necessidade de ações específicas de *marketing* para ampliação do alcance e do engajamento (Melo Filho *et al.*, 2025), contribuindo para melhoria da propagação da divulgação científica nas plataformas de *streaming*.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O BiblioCast FEIS, em seu primeiro ano, apresentou resultados satisfatórios em termos de visualizações e engajamento nas redes sociais, evidenciando o potencial das mídias digitais para a divulgação científica. Como perspectivas futuras, busca-se aprimorar as estratégias de *marketing*, com foco na ampliação do número de seguidores e ouvintes. Os resultados também reforçam o papel das bibliotecas universitárias na difusão do conhecimento e na ampliação de sua função social.

Nesse contexto, o *podcast* consolida-se como uma estratégia efetiva de comunicação científica, alinhada às tendências contemporâneas, contribuindo para o fortalecimento do protagonismo das unidades de informação no ambiente acadêmico.

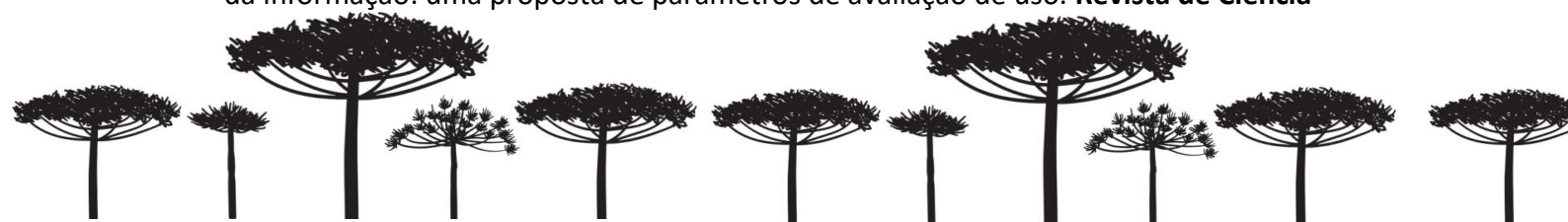
REFERÊNCIAS

BEZERRA, F.; WATANABE, G. A divulgação científica nas redes sociais: um panorama das plataformas e sua relação com os cientistas divulgadores. **Revista Ensino em Debate**, Fortaleza, v. 5, p. e2025030, 2025. DOI: 10.21439/2965-6753.v5.e2025030. Disponível em: <https://revistarede.ifce.edu.br/ojs/index.php/rede/article/view/98>. Acesso em: 03 abr. 2026.

DATAREPORTAL. **Global social media statistics**. 2025. Disponível em: <https://datareportal.com/>. Acesso em: 10 abr. 2025.

DEMARCHI, A. C. C.; AMARAL, R. M. Bibliotecas universitárias como atores ativos na divulgação científica e cultural. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 25, p. 223-245, 2022. DOI: 10.5216/ci.v25.71465. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/71465>. Acesso em: 03 abr. 2026.

FERREIRA, J. R. S.; SOUZA, E. D. As redes sociais digitais como canais de transparência da informação: uma proposta de parâmetros de avaliação de uso. **Revista de Ciência**



da Informação e Documentação, Ribeirão Preto, Brasil, v. 14, n. 1, p. 24-47, 2023. DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v14i1p24-47. Disponível em: <https://revistas.usp.br/incid/article/view/203342>. Acesso em: 11 abr. 2026.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 230 p.

LOVETT, J.; OWYANG, J. **Social marketing analytics: a new framework for measuring results in social media**. San Mateo: Altimeter Group; Web Analytics Demystified, 2010. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/30366484/null>. Acesso em: 11 abr. 2026.

MACEDO, T. M. **Métricas de marketing digital e sua aplicação na gestão das ações de marketing das organizações: estudo de casos múltiplos**. 2014. 199 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/101499>. Acesso em: 05 abr. 2026.

MELO FILHO, E. T.; BRAGA, F. F. V.; BATISTA, M. G. S.; OLIVEIRA, J. N. N.; AZEVEDO, L. S. C. Produção de *podcast* como estratégia de disseminação científica: a experiência do PodLica no projeto LICA. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 23., 2025, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: FEBAB, 2025. p. 1-13. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/snbu2025/article/view/3705>. Acesso em: 06 abr. 2026.

PEREIRA, M. G.; SANTOS, R. S.; MONTIBELLER, S.; PALOMBO, N.; COSSI, M. L. Monitoramento e análise de métricas: como as redes sociais contribuem para o protagonismo da Biblioteca da Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira – Unesp/FEIS. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 23., 2025, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: FEBAB, 2025. p. 1-13. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/snbu2025/article/view/3768>. Acesso em: 06 abr. 2026.

SANTOS, S. P.; BARROS, A. D. M.; FERREIRA, F. V. Contribuições do formato *podcast* para a divulgação científica em universidades públicas brasileiras. **Atoz: novas práticas em informação e conhecimento**, Curitiba, v. 14, p. 1-12, 2025. DOI: 10.5380/atoz.v14.92986. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/92986>. Acesso em: 13 abr. 2026.

SILVA, K. M. C.; PAIVA, S. *Podcasts* na biblioteca universitária: uma possibilidade no combate ao analfabetismo funcional entre estudantes universitários? In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 23., 2025, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: FEBAB, 2025. p. 1-12. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/snbu2025/article/view/3869>. Acesso em: 06 abr. 2026.

SOUSA, M. E. P.; PERUCCHI, V.; BRANDÃO, J. L. A. Presença digital das bibliotecas do IFPB: mapeamento, análise e propositura. **Informação & Informação**, Londrina, v. 28, n. 1, p. 205-228, 2023. DOI: 10.5433/1981-8920.2023v28n1p205. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/45468>. Acesso em: 05 abr. 2026.

SPOTIFY. **About Spotify**. 2026. Disponível em: <https://investors.spotify.com/about/>. Acesso em: 12 abr. 2025.



TALONE NETO, L.; RESENDE, E.; MACEDO, M. S. Minuto da Biblioteca: a produção do *podcast* da Biblioteca do CFCH/UFRJ. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 20, p. 1-17, 2024. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/2053>. Acesso em: 12 abr. 2026.

