



SNBU 2025

XXIII Seminário Nacional de
Bibliotecas Universitárias

17 A 20 DE NOVEMBRO
SÃO PAULO - SP

Eixo 4 – Produtos, Serviços, Tecnologias & Inovação

Podcast Biblio S.A. da UNIRIO: um relato de experiência sobre inovação e produto informacional na Biblioteconomia

Podcast Biblio S.A. of UNIRIO: an experience report on innovation and information products in Library Science

Jaqueline Santos Barradas – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) – jaqueline.barradas@unirio.br

Tarso de Sá Freire Taveira – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) – tarssosafreire@edu.unirio.br

Cíntia de Souza Pereira – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) – cintiasouza@edu.unirio.br

Ana Clara Pereira de Melo – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) – anaclaramelo@edu.unirio.br

Jonathan Souza de Jesus – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) – jonathansouza07@edu.unirio.br

Resumo: Relato de experiência sobre a produção do Podcast Biblio S.A. pelos discentes do Programa de Educação Tutorial (PET) de Biblioteconomia da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Seu objetivo é demonstrar como o *podcast* é uma ferramenta de inovação que pode ser produzida e divulgada como produto informacional. Foram produzidos 11 episódios, publicados sete deles, e o Spotify a plataforma de *streaming* com a melhor adesão. Conclui-se que o *podcast* favorece a divulgação científica, promove aproximação entre os estudantes e o conteúdo curricular e pode ser adotado por bibliotecas como instrumento de educação.

Palavras-chave: Podcast. Produto informacional. Programa de Educação Tutorial (PET). Inovação. Biblioteconomia.

Abstract: Experience report on the production of the Biblio S.A. Podcast by students of the Tutorial Education Program in Library Science at the Federal University of the State





of Rio de Janeiro (UNIRIO). Its objective is to demonstrate how podcasts are an innovation tool that can be produced and disseminated as an informational product. Eleven episodes were produced, seven of which were published, and Spotify was the streaming platform with the highest acceptance. In conclusion, podcasts favor scientific dissemination, promote closer ties between students and curricular content, and can be implemented by libraries as an educational tool.

Keywords: Podcast. Information product. Programa de Educação Tutorial (PET). Innovation. Library Science.

1 INTRODUÇÃO

Experiências exitosas sobre *podcasts* em bibliotecas universitárias são relatadas na literatura recente, com destaque para a selecionada por este evento na última edição, como uma das melhores comunicações (Talone Neto; Resende; Macedo, 2024). Vale destacar que as bibliotecas universitárias têm sido protagonistas e parceiras no processo de cocriação, seja como fonte de pesquisa, de informação, ou como espaço de acolhimento.

Esta comunicação apresenta um relato de experiência sobre a produção do Podcast Biblio S.A. pelos discentes do Programa de Educação Tutorial (PET) de Biblioteconomia, vinculado à Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Seu objetivo é demonstrar como o *podcast* é uma ferramenta de inovação que pode ser produzida e divulgada como produto informacional.

O PET foi criado pela Lei nº 11.180, de 23 de setembro de 2005, e regulamentado pela Portaria nº 976, de 27 de julho de 2010, com o objetivo de contribuir para a formação dos estudantes do Ensino Superior. O Programa atua pelo princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão e da educação tutorial. Atualmente, existem cerca de 842 grupos distribuídos entre 121 instituições de ensino superior (IES), de acordo com o MEC (Brasil, 2025).

O PET-Biblioteconomia da UNIRIO age no tripé do Ensino Superior, promovendo eventos e atividades interdisciplinares que contribuem para a formação do corpo discente da Escola de Biblioteconomia da instituição. Essas atividades compõem-se, entre outros, pela organização de visitas técnicas em bibliotecas, participação e organização de eventos acadêmicos e atividades de extensão, promoção de clubes de



leitura, bem como a produção de um *podcast* voltado para os cursos de Bacharelado e Licenciatura em Biblioteconomia.

A criação do *podcast* para o PET-Biblioteconomia da UNIRIO surgiu em 2023 a partir da atividade “Clube de Leitura Acadêmica”, o qual se baseava em encontros presenciais em que os discentes se reuniam para ler e discutir textos acadêmicos da bibliografia dos cursos. Contudo, a realidade da prática mostrou seus problemas. Foi observado que os alunos já leem textos acadêmicos em demasia por demanda das disciplinas em que estão matriculados. Daí participar de mais uma atividade presencial foi o ponto de dissonância para a prática do clube de leitura. A UNIRIO é localizada no bairro da Urca (Rio de Janeiro, RJ) e vários alunos se locomovem de áreas distantes, portanto o apelo de vir à universidade para o que parecia uma aula, não tinha força de atração suficiente para que o projeto vingasse. Nesse contexto surgiu a ideia de remodelar o “Clube de Leitura Acadêmica” em um *podcast* feito pelos alunos para os próprios alunos.

Ideia proposta e aceita, era necessário então nomeá-la. “Podcast do PET” não parecia ser útil, já que, infelizmente, muitos ainda não conhecem o trabalho que os PET fazem, não apenas na UNIRIO, como também em várias universidades do Brasil. “Nos deparamos com uma mídia sonora com identidade, linguagem e universo simbólico radiofônicos que usa de tecnologias digitais [...] para ser produzida e divulgada”, assim apontam Silva e Chagas (2022), mostrando a necessidade que a mídia digital tem na elaboração de uma identidade própria. Após vários processos de *brainstorm*, e discussões amigáveis, parte do processo criativo, chegou-se ao nome Biblio S.A. A primeiro momento, o “S.A.” pode ser confundido com “sociedade anônima”, porém os bolsistas escolheram a sigla para indicar um grupo que visa o lucro humano, o lucro educacional, uma “Sociedade Acadêmica”.

1.1 Extensões do uso do *podcast* como produto na biblioteca universitária

O *podcast* hoje é uma das mídias de mais sucesso dentro da área do entretenimento e divulgação. A Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), em pesquisa realizada em 2024, afirma:

Com base nos resultados da pesquisa e na distribuição demográfica do Brasil, estimamos que o país tenha aproximadamente 31,94 milhões de ouvintes de *podcasts*. Esse número inclui uma variação esperada, considerando a margem



de erro, entre 30,28 milhões e 33,60 milhões de ouvintes. O crescimento contínuo do *podcast* no Brasil, tanto em termos de produção quanto de audiência, reafirma a relevância dessa mídia na rotina dos brasileiros (ABPod, 2024, p. 1).

O PET não pensou em trilhar essa via de criar um produto nacional de sucesso, mas um produto de informação focado em um nicho, uma ferramenta que conecte discentes e docentes, que auxilie no processo de formação dos alunos e produza um legado para a área, o próprio PET de Biblioteconomia e para a UNIRIO.

Segundo Lima (1994, p. 374), um produto diz respeito a todas as ofertas da organização (bens, serviços e atividades), são bens tangíveis e tem a função de satisfazer as necessidades, demandas e interesses do consumidor. Deve ser distribuído de maneira assertiva, considerando espaço e tempo, e facilitando o acesso para que esteja disponível no momento que o consumidor quiser. Neste caso, o quando distribuído nas plataformas, está sempre acessível para seus ouvintes, caracterizando-se como um produto informacional.

Seguindo a linha de entretenimento e divulgação, o *podcast* assume o papel como uma ferramenta de divulgação científica. Como apontam Santos e Barros (2023), a divulgação científica visa a popularização de conhecimentos transmitindo informações ao público geral e não somente à grupos específicos. “O formato *podcast* [...] permite que os usuários ouçam virtualmente ou façam download” (Santos; Barros, 2023), mostrando assim a facilidade de acesso e consumo do *podcast*.

O formato *podcast* também já pode se configurar como fonte para fins de pesquisa e educação em estágios iniciais. Como essa mídia é um produto de massa, Santos, Soares e Cardoso (2024, p. 18) afirmam que o pesquisador explora o *podcast* para que, em seguida, engaje-se nessa consulta, aprofundando-a, e, por fim, examine os resultados por meio de ferramentas específicas. O produto *podcast*, nesse ponto de vista, pode assumir o papel de fonte de informação, tanto para escolas, quanto para esferas do Ensino Superior.

Os princípios de inclusão social, assim como práticas de diversidade e acessibilidade, tornaram-se parte integrante do discurso acadêmico. Neste sentido, o *podcast* pode ser usado tanto por um curso de graduação de uma IES, como foi o caso do Biblio S.A., como também vinculado à uma biblioteca universitária.



Por se tratar de um arquivo de áudio, atende ao público que possui deficiência visual, pode ser acessado de forma gratuita, permite que os ouvintes acompanhem os conteúdos enquanto realizam outras atividades, dissemina informações de forma rápida e prática em arquivos menores, ou seja, não ocupam em demasia o espaço de armazenamento em dispositivos móveis, além de que podem ser consultados via web, sem que seja necessário o download de aplicativos de hospedagem e distribuição (Araújo *et al.*, 2023, p. 9).

Ao compreender a biblioteca universitária como uma instituição com responsabilidade social de acesso à informação e divulgação científica, pode-se aproveitar plenamente os benefícios com o uso do *podcast*.

Outro ponto relevante consiste na abordagem dos *podcasts*, produzidos de forma descontraída e dinâmica, com diversidade temática, o que os tornam atrativos para o público. Soma-se a isso, a associação de tópicos da CI [Ciência da Informação] com temáticas populares, ou em alta, a exemplo da astrologia e cultura *nerd*. (Araújo *et al.*, 2023, p. 20)

De acordo com Talone Neto, Resende e Macedo (2024), as bibliotecas precisam se adaptar a novas demandas e a modernização, podendo utilizar de recursos *online* gratuitos, dispondo ou não de recursos financeiros, e assim inovar na qualidade dos produtos da biblioteca que são disponibilizados aos usuários. Segundo Brito (2022), alinham-se às novas perspectivas que orientam a função das bibliotecas e de seus espaços no século XXI.

[...] é válido pontuar que o bibliotecário precisa tomar iniciativas que sejam mais ativas quanto ao desenvolvimento de novos produtos e métodos de divulgação, atraindo o usuário ao oferecer aquilo que ele busca e necessita de maneira eficiente. Esta atitude tende a atualizar o perfil não apenas da unidade em si, como também da profissão, promovendo uma via de comunicação direta e mais próxima com os usuários [...] (Brito, 2022, p. 57).

Diante disso, o *podcast* pode e deve estar presente nas bibliotecas universitárias como fonte de informação, divulgação científica e inserido entre as ofertas de produtos informacionais, ampliando a qualificação do bibliotecário para atender as demandas da modernidade tecnológica.

2 METODOLOGIA

Trata-se de um relato de experiência sobre o Podcast Biblio S.A. evidenciando apresentar o histórico de sua criação, produção e resultados. Também foi realizada uma coleta de dados por meio das estatísticas disponibilizadas pelas ferramentas das



plataformas de *streaming* onde o Podcast Biblio S.A. está inserido, são elas: Spotify, Youtube Music, Amazon Music e Deezer.

2.1 Dinâmica de produção do *podcast*

O conteúdo promovido pelo Podcast Biblio S.A. gira em torno da comunidade acadêmica de Biblioteconomia, buscando interligar assuntos abordados em sala de aula de forma mais dinâmica e atuando como um “conteúdo extra” de estudos para os discentes.

O *modus operandi* do projeto é dividido de acordo com as funções necessárias para a sua execução: contato com o professor convidado, agendamento de acordo com as datas disponíveis, elaboração do roteiro, gravação e mediação, edição, definição de metadados e postagem dos episódios nas mídias digitais e nas plataformas de *streaming*.

Os professores convidados são os docentes dos departamentos que compõem o curso: Departamento de Biblioteconomia e o Departamento de Processos Técnicos e Documentais. A partir do aceite do convidado, começa o processo de produção do roteiro, em que o professor indica um texto base de referência sobre o assunto que será abordado no episódio, e o tema geralmente segue a linha de pesquisa do docente. O texto deve ser lido por toda a equipe, que participa da gravação.

A gravação mensal ocorre na sala do PET, em que se utiliza o próprio celular para a gravação de áudio. Atualmente, a equipe busca encontrar um local adequado, com isolamento acústico, com o objetivo de melhorar a qualidade sonora do produto final para os ouvintes. A gravação é realizada a partir do roteiro, já repassada por todos os integrantes com o convidado antes da gravação. Há sempre uma conversa para “quebrar o gelo” e assim, o episódio flui de uma forma mais natural, entrosada e informal. Os discentes se apresentam na gravação, a tutora do PET apresenta o professor convidado e este apresenta os autores do texto e é iniciada a discussão. As gravações duram em média uma hora e o produto final cerca de 40 minutos.

O episódio gravado vai para a pós-produção utilizando os programas *Pro Tools* para edição de áudio e *Izotope RX* e *dxRevive* para remoção de ruídos, e por fim, postado nas principais plataformas de *streaming*: Spotify, Youtube Music, Amazon Music e Deezer. Após esse processo, o episódio é divulgado nas mídias digitais do PET.



Posteriormente a equipe coleta os dados para aferir se o episódio foi bem aceito na comunidade acadêmica e ir acompanhando a adesão dos discentes e da sociedade.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em 2025, já se acumularam um total de 11 episódios gravados: sete publicados nas plataformas, os últimos quatro episódios gravados em processo de edição, como é possível observar no quadro a seguir:

Quadro 1 - Relação de episódios e convidados

Episódio	Convidado
1. Vamos pensar juntos uma nova biblioteconomia?	Bruna Rocha
2. Correntes teóricas da Biblioteconomia	Márcia Feijão
3. A explosão do conhecimento com a invenção de Gutenberg	Stefanie Freire
4. Da espiral do conhecimento à Catalogação	Vinicius Tolentino
5. Divulgação vs Comunicação Científica: Encontros e Rupturas	Jaqueline Barradas
6. Serão as Fake News informações?	Janaína Polonini
7. Biblioteconomia e as mudanças climáticas	Alberto Calil Junior
8. <i>publicação em breve</i>	Nathália Lima Romeiro
9. <i>publicação em breve</i>	Marcos Hubner
10. <i>publicação em breve</i>	Ana Amélia Martins
11. <i>publicação em breve</i>	Carlos Alberto Ferreira

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Descrição: Quadro de relação entre cada episódio do *podcast* e os convidados.

Um ponto positivo a ser destacado é a frequência das publicações, pois há uma constância de episódios, o que contribui para a fidelização do público-alvo. Já o ponto a ser melhorado é a promoção do *podcast* em outros espaços da universidade, visto que, atualmente, a divulgação está limitada apenas ao perfil do Instagram do PET.

Entre as fraquezas da produção, foram destacadas questões como a falta de equipamentos adequados, a ausência de uma sala apropriada para gravação e a carência de um integrante do PET com habilidades em pós-produção e edição de episódios, atividade que, atualmente, é realizada por um voluntário externo.

As vantagens encontradas nessa atividade incluem: o auxílio na divulgação

científica, a leveza no processo de aprendizado, a capacitação dos estudantes, a maior proximidade com os docentes e a disponibilização do conteúdo em diversas plataformas, facilitando o acesso.

Desde sua distribuição online, em setembro de 2023, o Podcast Biblio S.A. foi instalado na plataforma do Spotify e usado o Instagram como ferramenta de divulgação. Em novembro de 2024, o *podcast* também foi disponibilizado nas plataformas do *Youtube Music*, *Amazon Music* e *Deezer* por meio da ferramenta *Feed RSS* (Sindicância Realmente Simples¹).

Tradicionalmente, os *podcasts* são distribuídos inteiramente por meio de feeds RSS. Um feed RSS (*Really Simple Syndication*) é um dialeto do XML que pode ser usado para publicar conteúdo atualizado regularmente, como *podcasts*. Esses feeds servem principalmente para direcionar o usuário ao arquivo de áudio que ele deseja reproduzir. No entanto, além das instruções originais para o arquivo de áudio, o criador do *podcast* também pode fornecer metadados (Sharpe, 2020, p. 1, tradução própria²).

Usando as ferramentas disponíveis pelas plataformas de *streaming* é possível acessar as estatísticas referentes ao *podcast*, podendo acessar metadados relacionados a diversos aspectos sobre o *podcast* como um todo, cada episódio, dados demográficos do público e a relação com os ouvintes e seguidores.

Para este relato de experiência foram utilizadas essas estatísticas para observar e ponderar sobre o uso e a distribuição do Podcast Biblio S.A., considerando o Spotify a plataforma em que os sete episódios se encontram há mais tempo (desde setembro de 2023).

O Spotify possui estatísticas bem completas, assim é possível observar que os episódios possuem, até junho de 2025, um total de 1.042 reproduções, 197 horas de consumo e 217 seguidores.

Figura 1 – Estatísticas do Podcast Biblio S.A. no Spotify



¹ *Really Simple Syndication* (tradução própria)

² “Traditionally, podcasts have been distributed entirely through RSS feeds. An RSS (really simple syndication) feed is a dialect of XML that can be used to publish regularly updated content, like podcasts. These feeds primarily serve to point any client towards the audio file that the user might want to play. However, along with the raw directions to the audio file, the creator of the podcast can also provide metadata.”

Fonte: *Print Screen* das estatísticas do *Spotify for Podcasters*.

Descrição: Imagem da captura de tela das estatísticas da plataforma *Spotify for Podcasters*.

Em relação aos dados demográficos do público no Spotify, os ouvintes são em sua grande maioria do gênero feminino com 67,1%, seguido pelo gênero masculino com 29,5%, gênero não-especificado com 2,2% e não-binário com 1,2%.

Figura 2 – Estatísticas de gênero do público do Podcast Biblio S.A. no Spotify

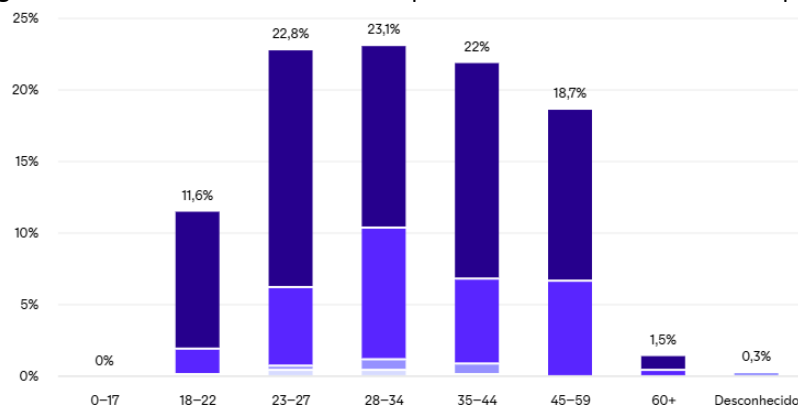


Fonte: *Print Screen* das estatísticas do *Spotify for Podcasters*.

Descrição: Imagem da captura de tela das estatísticas da plataforma *Spotify for Podcasters*.

Outros dados demográficos em relação ao público indicam a faixa etária dos ouvintes que, como é possível observar a seguir, a grande maioria se encontra equilibradamente entre os 23-59 anos, sendo a faixa dos 60+ anos a de menor ouvintes com apenas 1,5%.

Figura 3 – Estatísticas da faixa etária do público do Podcast Biblio S.A. no Spotify



Fonte: *Print Screen* das estatísticas do *Spotify for Podcasters*.

Descrição: Imagem da captura de tela das estatísticas da plataforma *Spotify for Podcasters*.

Coletando as métricas da *Amazon Music*, foram até hoje 3 ouvintes (*listeners*) e 1 seguidor (*followers*) nesta plataforma. Em relação às métricas coletadas do *Deezer*, até hoje o *podcast* obteve 1 ouvinte (*listeners*), 1 reprodução (*streams*), 5 seguidores (*fans*) e 38 minutos de reprodução (*played minutes*) nesta plataforma.

Por último, na plataforma do *Youtube Music* foram coletadas as estatísticas do *podcast* e constatado que o *Youtube Music* foi a segunda plataforma mais acessada depois do Spotify.

Figura 4 - Métricas do Podcast Biblio S.A. no *Youtube Music*

Visualizações ↓ ⚠	Tempo de exibição (horas)	Inscritos	Impressões	Taxa de cliques de impressões
47	5,8	4	274	5,1%

Fonte: *Print Screen* das *Analytics* do Youtube Studio.

Descrição: Imagem da captura de tela das estatísticas da plataforma *Youtube Studio*.

Como pode-se observar, ocorreram 47 visualizações, foram 5,8 horas de exibição, o *podcast* teve 4 inscritos, 274 impressões (a quantidade de vezes em que o *podcast* foi mostrado no *Youtube*) e 5,1% de taxa de cliques de impressões.

Analisando os resultados, é notável que o *Spotify* é a plataforma em que o Podcast Biblio S.A. mais se destacou possuindo o maior número de reproduções, sendo a *Deezer* e a *Amazon Music* as plataformas de menor visibilidade, não significativas até o momento. Desse modo, faz-se necessária uma maior divulgação do *podcast* e das plataformas em que ele pode ser acessado, considerando que no Spotify o número de reproduções foi considerável, demonstrando interesse dos ouvintes, e no *Youtube* os números cresceram mais rapidamente em comparação às novas plataformas em que o Podcast Biblio S.A. foi inserido em 2024.

Os dados demográficos não demonstram aspectos de desempenho do *podcast*, mas podem ser tratados como oportunidades para o desenvolvimento dos episódios, considerando que o público majoritário é feminino e que o *podcast* está atendendo uma larga faixa etária entre os adultos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do relato de experiência apresentado, foi possível verificar que o Podcast Biblio S.A. é um produto que atende aos objetivos propostos e consegue alcançar seu público-alvo, utilizando das estatísticas das plataformas de *streaming*, os resultados indicam a boa adesão ao *podcast*, especialmente no Spotify.

Apesar de algumas dificuldades, como a falta de equipamentos adequados, um espaço apropriado para as gravações e a ausência de um integrante com experiência em



edição, o Podcast Biblio S.A. tem mostrado resultados muito promissores. Um dos maiores destaques é a regularidade das publicações, que ajuda a manter o interesse do público e a criar uma relação de fidelidade com os ouvintes. Além disso, o formato leve facilita o aprendizado, aproxima estudantes e professores e contribui para a divulgação científica de forma acessível.

Por outro lado, ainda há pontos que podem ser melhorados para fortalecer o projeto. A divulgação do *podcast* ainda está restrita ao perfil do PET no Instagram, o que limita seu alcance dentro da própria universidade. Investir em formas de ampliar essa promoção e buscar apoio para resolver questões técnicas pode tornar o projeto ainda mais relevante e presente na comunidade acadêmica.

Para ações futuras, pretende-se ampliar a divulgação entre os estudantes de outros cursos de Biblioteconomia no país, convidar mestrandos do programa de pós-graduação em Biblioteconomia da UNIRIO para colaborar com ideias para os episódios e realizar enquetes com os estudantes sobre os temas de interesse.

Somando as sugestões, pela predominância de ouvintes do público feminino, destaca-se a importância de temas que dialogam com o cotidiano das estudantes universitárias e que podem enriquecer ainda mais o *podcast*. Além de promoverem reflexões importantes, esses temas fortalecem o vínculo com o público ouvinte e ampliam o papel do *podcast* como um espaço de aprendizado, acolhimento e construção coletiva de saberes.

Conclui-se que o *podcast* favorece a divulgação científica, promove aproximação entre os estudantes e o conteúdo curricular e pode ser adotado por bibliotecas como instrumento de educação e produto informacional.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Joana Ferreira de *et al.* Divulgação Científica e Podcast: disseminação do conhecimento científico na Ciência da Informação. ***Brazilian Journal of Information Science: research trends***, vol. 17, 2023, e023046. DOI: 10.36311/1981-1640.2023.v17.e023046. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9161388>. Acesso em: 12 jun. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS (ABPod). **PodPesquisa 2024/2025**: panorama do podcast no Brasil – desafios e oportunidades. [S. l.]: ABPod, 2024. Disponível em: <https://abpod.org.br/podpesquisa/>. Acesso em: 15 jun. 2025.



BRASIL. Ministério da Educação. Educação Superior. **Programa Educação Tutorial (PET)**. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/es/pet>. Acesso em: 08 jun. 2025.

BRITO, Rubens Caetano de. **O podcast como recurso informacional na disseminação seletiva da informação**: intersecções e duas propostas de aplicabilidade no contexto das bibliotecas. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://bdta.abcd.usp.br/item/003145538>. Acesso em: 23 jun. 2025.

LIMA, Regina C. M. Marketing de produtos de informação. **Ciência da Informação**, v. 23, n. 3, 1994. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/536>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SANTOS, Sara Pires dos; BARROS, Adriano David Monteiro de. Podcast como instrumento de divulgação científica: uma análise bibliométrica. **Estudos em Comunicação**, n. 36, p. 148–171, maio 2023. Disponível em: <https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/1157>. Acesso em: 9 jun. 2025.

SANTOS, Francisco Edvander Pires; SOARES, Magda Lúcia Almada; CARDOSO, Cyntia Chaves de Carvalho Gomes. Metodologia de pesquisa para estudos com podcast em Biblioteconomia e Ciência da Informação. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/77726>. Acesso em: 23 jun. 2025.

SHARPE, Matthew. *A review of metadata fields associated with podcast RSS feeds*. **arXiv**, Nova Iorque, n. 2009.12298, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2009.12298>. Acesso em 10 maio 2025.

SILVA, Antonio Carlos; CHAGAS, Luan José Vaz. A segunda era dos podcasts no Brasil: Historiografia recente da consolidação da mídia sonora no contexto do rádio expandido. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, [S. l.], v. 8, n. 1, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/view/5682>. Acesso em: 9 jun. 2025.

TALONE NETO, Leonardo; RESENDE, Érica; MACEDO, Marília Santos. Minuto da Biblioteca: a produção do podcast da Biblioteca do CFCH/UFRJ. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 20, p. 1–17, 2024. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/2053>. Acesso em: 28 jun. 2025.