

Trabalho premiado no Eixo 2 – Produtos e Serviços,
do XXII Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias (SNBU 2023)

 [10.58876/rbbd.2024.2012053](https://doi.org/10.58876/rbbd.2024.2012053)

Minuto da Biblioteca: a produção do podcast da Biblioteca do CFCH/UFRJ

Minuto da Biblioteca: the production of the CFCH/UFRJ Library podcast

Leonardo Talone Neto

Mestrando em Ciência da Informação pelo
Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e
Tecnologia (IBICT). Bibliotecário da
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
E-mail: leotalone@gmail.com

Érica Resende

Doutoranda em Educação pela Universidade
Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Bibliotecária da
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
E-mail: ericare@gmail.com

Marília Santos Macedo

Mestra em Biblioteconomia pela Universidade
Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO).
Bibliotecária da Universidade Federal do Rio de
Janeiro (UFRJ).
E-mail: msmacedo40@gmail.com

RESUMO

Relata a produção do podcast "Minuto da Biblioteca" da Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro (CFCH/UFRJ), que tem como objetivo divulgar informações sobre os produtos e serviços oferecidos, obras e coleções do acervo, dicas de pesquisa e curiosidades para os ouvintes. Administrado pelo Grupo de Mídias Sociais da Biblioteca do CFCH, o grupo define a linha editorial mensalmente e promove ações de marketing divulgando o podcast no Spotify, YouTube, Instagram, Twitter, Facebook e no clipping "Saiba Mais", aproximando seu acervo e sua história aos seus usuários reais e potenciais.

Palavras-chave: Podcast. Marketing em bibliotecas. Mídias sociais.

ABSTRACT

Reports the production of the "Minuto da Biblioteca" (Library Minute) podcast by the Library of the Centro de Filosofia e Ciências Humanas of the Universidade Federal do Rio de Janeiro (CFCH/UFRJ), which aims to disseminate information about the products and services offered, books and collections of the library, research tips and curiosities. Administered by the Library's Social Media Group, the group defines the editorial line monthly and promotes marketing actions by promoting the podcast on Spotify, YouTube, Instagram, Twitter, Facebook and in the "Saiba Mais" clipping, bringing its collection and its history closer to its real and potential users.

Keywords: Podcast. Library marketing. Social media.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta o relato de experiência do projeto desenvolvido para a criação do podcast "Minuto da Biblioteca"¹, desde sua concepção até os dias atuais. O podcast, criado pela equipe do Grupo de Trabalho de Mídias Sociais da Biblioteca do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro (CFCH/UFRJ), divulga em episódios de curta duração informações sobre os produtos e serviços oferecidos, obras e coleções do acervo, dicas de pesquisa e curiosidades sobre a biblioteca e a universidade. Com isso, seu principal objetivo é o de disseminar o acervo e os recursos informacionais, buscando atrair e manter usuários reais e potenciais.

Podemos definir podcast como um arquivo de áudio ou multimídia, divulgado com periodicidade regular e com conteúdo semelhante ao de um programa de rádio, que pode ser descarregado da Internet e lido no computador ou em dispositivo próprio" (Podcast, c2023). O uso do formato podcast evidencia a mudança de padrão das bibliotecas universitárias, em que a informação passa a ser disponibilizada em diferentes formatos, atendendo às novas necessidades e interesses dos usuários/consumidores.

Conforme Sarkar (2012), as bibliotecas passaram por uma grande mudança de paradigma, pois, com a adoção de novas tecnologias na web, se transformaram em locais que vão além dos limites de suas paredes e horários de funcionamento. Nesse contexto, os conteúdos em áudio disponíveis através dos podcasts mantêm os usuários em contato com a biblioteca mesmo durante a realização de outras atividades, ao contrário de conteúdos textuais ou visuais, que demandam maior dedicação para sua assimilação. Um usuário pode escutar o conteúdo enquanto se exercita, enquanto realiza os afazeres domésticos, enquanto se desloca em um meio de transporte, dentre outras inúmeras possibilidades.

O público das bibliotecas universitárias é, em geral, composto por discentes, docentes, pesquisadores, técnicos e comunidade externa, e tem se apresentado de forma cada vez mais exigente (Ferreira; Santos Neto, 2021). Neste sentido, o marketing se apresenta como um dos caminhos que podem fornecer estratégias para as bibliotecas promoverem seus espaços de atuação e inovarem seus produtos e serviços, sempre

¹ Disponível em áudio no Spotify: <https://open.spotify.com/show/2tAjyrTO1XMkut3IVfKHY> e em vídeo legendado no YouTube: <https://youtube.com/playlist?list=PLZhWo1tokdTJo2AxCgDXRSsQQVp9a2R4w>. Acesso em: 12 mar. 2024.

buscando satisfazer e priorizar as necessidades e as carências informacionais dos interagentes (Gulka; Lucas; Corrêa, 2018). É dentro deste contexto que nasce o podcast “Minuto da Biblioteca”.

O “Minuto da Biblioteca” teve sua origem a partir da ideia dos comunicadores da Decania do CFCH e da Biblioteca do CFCH de criar um programa destinado à grade da Rádio UFRJ que englobaria toda a Decania, e do qual a biblioteca teria sua parte em um segmento de aproximadamente um minuto para informes. Porém, com a emergência da pandemia de Covid-19 em março de 2020, foram estabelecidas regras que impunham o isolamento social da população, e diversos espaços foram fechados, dentre eles as universidades. Diante disso, o projeto com a Rádio UFRJ acabou sendo cancelado, mas a equipe da Biblioteca do CFCH viu a importância de divulgar os áudios gravados de forma independente ao programa original, enxergando este meio de comunicação como mais uma forma de a biblioteca se manter atuante virtualmente, especialmente em um período em que seus espaços estavam fechados.

Diante da possibilidade de hospedagem gratuita dos áudios e de sua simples distribuição em variadas plataformas de podcasts além de redes sociais, a Biblioteca do CFCH passou a planejar seu conteúdo. Em seus três anos de existência, o podcast passou por cinco temporadas e mais de sessenta episódios.

Os episódios das três primeiras temporadas possuem temáticas variadas: em um primeiro momento, foram abordadas informações úteis para a pesquisa bibliográfica (como bases de dados, repositórios institucionais, gerenciadores de referências, normas bibliográficas, entre outros), em seguida foram lançados episódios sobre a história e conteúdo das principais coleções especiais da biblioteca. Seguiu-se com episódios sobre as origens de seu acervo, seus espaços e as unidades por ela atendidas (que são a Faculdade de Educação, a Escola de Serviço Social, o Instituto de Psicologia, a Escola de Comunicação e o Núcleo de Estudos de Políticas Públicas em Direitos Humanos da UFRJ). Em episódio especial em comemoração aos 100 anos da UFRJ, todos os membros da equipe da biblioteca contaram um pouco de suas trajetórias pessoais com a universidade. Outros episódios abordaram temas como o Sistema de Bibliotecas e Informação da UFRJ (SiBI/UFRJ), os Conselhos Superiores e pró-reitorias da UFRJ, órgãos e projetos da universidade, a extinta Faculdade Nacional de Filosofia (FNFi), entre outros.

Na quarta temporada do podcast, foi realizada uma série de episódios sobre os 50 anos da Biblioteca do CFCH, com depoimentos de ex-alunos, professores, bibliotecários e outros servidores. No período atual, o podcast está em sua quinta temporada com o mote “Mergulhando no Acervo”, cuja ideia é abordar um autor ou tema e realizar recomendações de livros da biblioteca, além de monografias, dissertações e teses da universidade que tratam do tema. Até o momento, foram realizados episódios sobre Paulo Freire, Darcy Ribeiro, Ruy Castro, bell hooks e o feminismo, Muniz Sodré, Heloísa Teixeira², Lima Barreto, Povos indígenas, Frantz Fanon, Carolina Maria de Jesus, Michel Foucault e Simone de Beauvoir. O Quadro 1 apresenta o histórico das 5 temporadas.

Quadro 1 – Temporadas do Podcast “Minuto da Biblioteca”

Temporadas	Número de episódios	Títulos dos episódios
1ª Temporada (Abril a Junho de 2020)	10	(1) O que é um Podcast; (2) Pesquisa: por onde começar?; (3) Bases de dados nacionais: Scielo; (4) Bases de dados referenciais: Scopus e Web of Science; (5) Gerenciadores de referência; (6) E-books; (7) Repositório Institucional Pantheon; (8) Normas da ABNT; (9) Portal de Periódicos da UFRJ; (10) Catálogo das bibliotecas da UFRJ: Base Minerva.
2ª Temporada (Junho a Dezembro de 2020)	24	(1) Biblioteca Digital de Obras Raras (BDOR); (2) Panorama das Bibliotecas da UFRJ: Sistema de Bibliotecas e Informação (SiBI); (3) Coleção Especial Prof ^ª . Suely Souza de Almeida; (4) Coleção Prof ^ª . Nobuco Kameyama; (5) Coleção Prof ^ª . Maria Inácia D’Ávila Neto; (6) Coleção CIEC; (7) Coleção Biblioteca Radiofônica Tude de Souza; (8) Coleção CBPE/INEP; (9) Boletim Vitrine da Memória; (10) Faculdade Nacional de Filosofia (FNFfi); (11) História dos espaços ocupados pela Biblioteca do CFCH; (12) Nossa história com a UFRJ: equipe Biblioteca do CFCH (Especial 100 Anos UFRJ); (13) A ECO é o meu amor; (14) A culpa da crise não é do vírus (Escola de Serviço Social); (15) O que é necessário para mudar uma pessoa é mudar sua consciência de si mesma (Instituto de Psicologia); (16) No país de Paulo Freire, não podemos perder a esperança (Faculdade de Educação); (17) Inventar a vida é dar-lhe novas cores (Núcleo de Estudos de Políticas Públicas em Direitos Humanos); (18) Você conhece o Complexo de Formação de Professores?; (19) Você conhece a Divisão de Psicologia Aplicada?; (20) Você conhece a Central de Produção e Multimídia?; (21) Você conhece o Centro de Referência de Mulheres da Maré - Carminha Rosa?; (22)

² Heloísa Teixeira foi por muito tempo conhecida como Heloísa Buarque de Hollanda, mas em 2023 anunciou a mudança de nome, retirando o sobrenome do falecido marido e adotando o sobrenome de sua mãe. O episódio do Minuto da Biblioteca foi publicado logo antes deste anúncio, portanto consta com o título “Mergulhando no Acervo: Heloísa Buarque de Hollanda”.

		Você conhece o Centro de Referência para Mulheres - Suely Souza de Almeida?; (23) Consciência Negra: Prof ^a Mônica Lima; (24) Retrospectiva 2020.
3ª Temporada (Fevereiro a Junho de 2021)	5	(1) Conhecendo o site da UFRJ; (2) Como as pró-reitorias estão organizadas?; (3) Os conselhos superiores da UFRJ (1ª parte); (4) Os conselhos superiores da UFRJ (2ª parte); (5) Conhecendo o SiBI.
4ª Temporada: 50 Anos da Biblioteca do CFCH (Julho de 2021 a Junho de 2022)	12	(1) Marcelo Macedo Corrêa e Castro; (2) Lilia Guimarães Pougy; (3) Mateus Thomaz Bayer; (4) Maria Celeste Simões Marques; (5) Maria Cristina Rangel Jardim; (6) Sueli Palma Borges Paranhos; (7) Ludmila Fontenele Cavalcanti; (8) Rosa Seleta Xavier; (9) Ilce Cavalcanti, (10) Zilda Martins; (11) Érica Resende; (12) Gilda Alvarenga.
5ª Temporada: “Mergulhando no Acervo” (Setembro de 2022 até hoje)	12*	(1) Paulo Freire; (2) Darcy Ribeiro; (3) Ruy Castro; (4) bell hooks e o feminismo; (5) Muniz Sodré; (6) Heloísa Buarque de Hollanda; (7) Lima Barreto; (8) Povos indígenas; (9) Frantz Fanon; (10) Carolina Maria de Jesus; (11) Michel Foucault; (12) Simone de Beauvoir.

*Até a produção deste artigo, a temporada “Mergulhando no Acervo”, contabilizava 12 episódios. Porém, a temporada continua em produção e o número previsto é maior.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

A escolha dos temas e autores leva em conta especialmente as unidades acadêmicas da Decania do CFCH ao qual a biblioteca é vinculada, voltados às áreas de Educação, Comunicação, Serviço Social, Psicologia e Direitos Humanos, abrangendo assuntos e nomes relevantes das áreas de Ciências Humanas e Sociais. Alguns episódios sobre autores foram planejados após a evidência de algum nome no debate público, o que mantém o podcast atual e antenado. Como exemplos, os episódios sobre Ruy Castro e Heloísa Teixeira foram elaborados logo após terem sido eleitos para a Academia Brasileira de Letras; o episódio sobre Lima Barreto se deu logo após a concessão do título de doutor honoris causa pela UFRJ, em 2023; dentre outros.

2 METODOLOGIA

Por ter sido idealizado como parte de um programa maior, em que a biblioteca teria seu “minuto” para informes (daí a origem de seu nome), os episódios iniciais foram planejados nestes moldes e tinham cerca de dois minutos de duração. Atualmente, realizando um levantamento da duração de todos os 62 programas lançados até o momento, observamos que a duração média dos episódios é de 3:56 minutos.

Os cinco primeiros episódios foram gravados sem roteiro, e os demais foram roteirizados pelos bibliotecários Érica Resende, Vivian Mignot, Leonardo Talone e pelo assistente em administração Luís Felipe Barbedo. Inicialmente com locução de Érica Resende, os episódios posteriores têm locução e edição de Luís Felipe Barbedo.

Os primeiros programas foram gravados de forma amadora, utilizando o gravador de aparelho celular e sem a realização de cortes e edição. Com o tempo, o processo foi se profissionalizando, e para a realização da gravação e edição foram utilizados os seguintes recursos materiais: computadores, smartphones, microfone Audio-Technica AT2020, interface de áudio Focusrite Scarlett 4i4, braço articulado para microfone, *pop-filter*, o software Sound Forge e o Spotify for Podcasters. Vale destacar que, até o episódio de número 56, todos os equipamentos utilizados são das pessoas envolvidas, e o podcast não recebeu recursos da universidade para sua produção. Para os episódios seguintes, no entanto, a Escola de Comunicação da UFRJ (ECO/UFRJ) cedeu o seu estúdio para a realização de novas gravações.

A princípio, a plataforma escolhida para a hospedagem do podcast foi o SoundCloud. Posteriormente, com a crescente demanda de inserção do podcast em outras plataformas com a finalidade de divulgação, os áudios passaram a ser hospedados no Spotify for Podcasters (anteriormente denominado Anchor), permitindo a disponibilização dos programas no Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts e demais plataformas de *streaming* de áudio. O Spotify for Podcasters também permite, gratuitamente, a edição de áudios e a inclusão de sons, e pela plataforma foi escolhida uma música de abertura padronizada para todo o podcast.

Os episódios também são lançados em versão de vídeo, com a disponibilização de legendas (elaboradas através do aplicativo CapCut), no canal do YouTube da Biblioteca e em suas mídias sociais. A decisão de legendar todos os episódios se dá em razão da necessidade de aumentar a acessibilidade do conteúdo, de modo a incluir pessoas com deficiências auditivas e, desse modo, democratizar o acesso à informação.

Percebeu-se também a necessidade de elaborar uma identidade visual para o podcast, com a criação de *templates* padronizados no Canva para a divulgação nas mídias sociais da Biblioteca. Na Figura 1, apresentamos os dois *templates* usados ao longo das cinco temporadas. O primeiro modelo foi utilizado para as três primeiras temporadas, e o seguinte, com pequenas variações, para a quarta e quinta temporadas.

Figura 1 – Artes de divulgação do podcast “Minuto da Biblioteca”



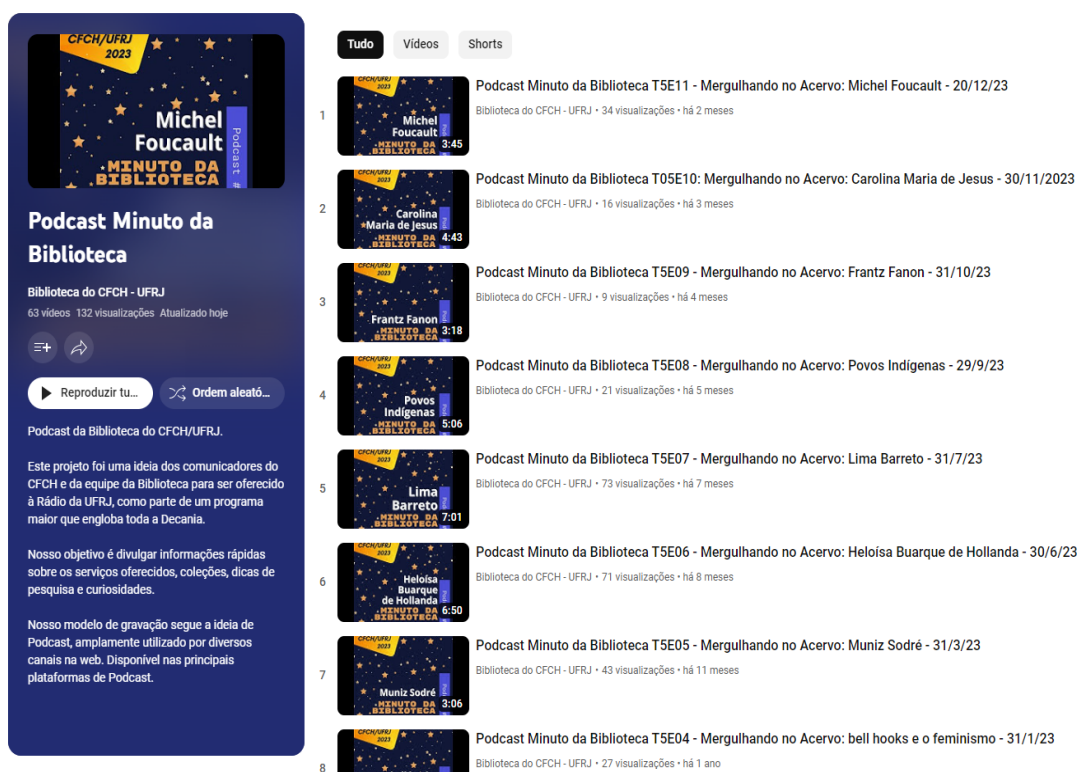
Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Descrição da imagem: Artes de divulgação de dois episódios, com seus respectivos títulos e números em fonte de cor branca, com fundo azul marinho, estrelas laranjas e nome do podcast em cor laranja.

Atualmente, para a realização dos episódios, segue-se, em geral, um roteiro em que, primeiramente, é definida a pauta entre membros do Grupo de Mídias da Biblioteca do CFCH. Em seguida, passa-se à curadoria do conteúdo e elaboração do texto do episódio. O episódio é, então, gravado e editado. A arte de capa é produzida no Canva, seguindo o *template* definido. O áudio é incluído no Spotify for Podcasters e é programada uma data e horário em que será disponibilizado automaticamente nos agregadores de podcasts. A periodicidade do podcast é mensal, e foi definido que o lançamento de cada episódio se daria no último dia útil de cada mês.

Com o áudio e a arte prontos, é elaborada a versão em vídeo com legendas no aplicativo CapCut, no smartphone. As legendas são revisadas e corrigidas, e o vídeo é salvo em arquivo e enviado para o computador. Em seguida, o vídeo é publicado no canal do YouTube da Biblioteca do CFCH, em playlist própria do podcast (Figura 2).

Figura 2 – Visualização da Playlist do Podcast “Minuto da Biblioteca” no YouTube



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

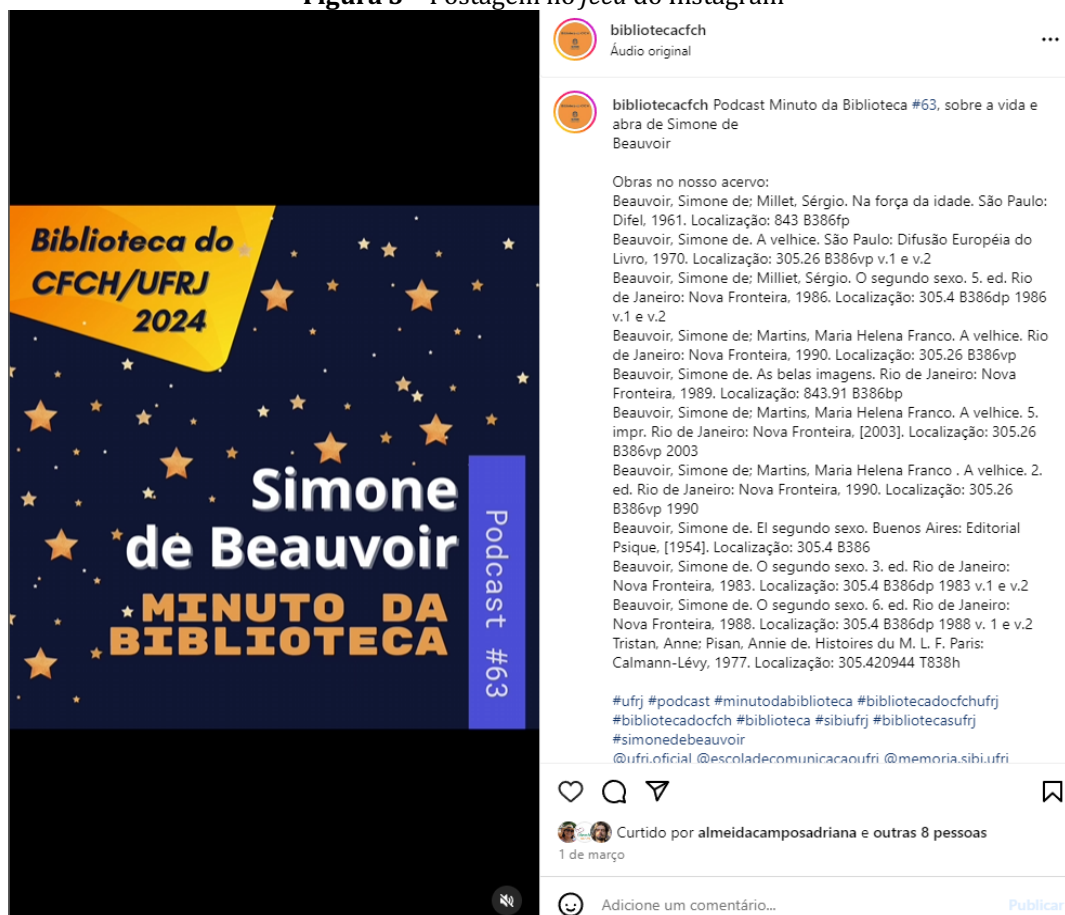
Descrição da imagem: Reprodução da tela da Playlist do Podcast no YouTube. À esquerda, um quadro azul com a descrição do podcast, e à esquerda, uma lista dos últimos episódios publicados, cada um com a miniatura de seu *template* personalizado.

Na playlist do podcast no canal do YouTube da biblioteca é possível consultar informações sobre cada episódio. Na descrição de cada vídeo há um resumo, as referências citadas, a localização dos materiais no acervo e a data de divulgação (de modo a facilitar a posterior citação do episódio). Esta ação é realizada para garantir que as informações necessárias estejam disponíveis para quem for ouvir e se interessar a pesquisar. Há aqui um incentivo para que o usuário se interesse pelo acervo da biblioteca, e com a disponibilização da localização dos materiais, para que ele se aventure pelas estantes ao buscá-los.

O vídeo é também publicado no Instagram (no *feed* e nos *stories*), Facebook e X (ex-Twitter). Para a postagem no *feed* do Instagram é utilizada a versão legendada publicada no YouTube para ampliar o alcance e chamar atenção para o episódio. A descrição sobre o conteúdo utilizado no episódio segue um padrão em que, no caso da série Mergulhando no Acervo, inicia-se com um texto como “Podcast Minuto da Biblioteca #63, sobre a vida e a obra de Simone de Beauvoir” seguido das referências dos livros do autor escolhido,

com a localização na estante de cada documento citado, como pode ser observado na Figura 3.

Figura 3 – Postagem no *feed* do Instagram



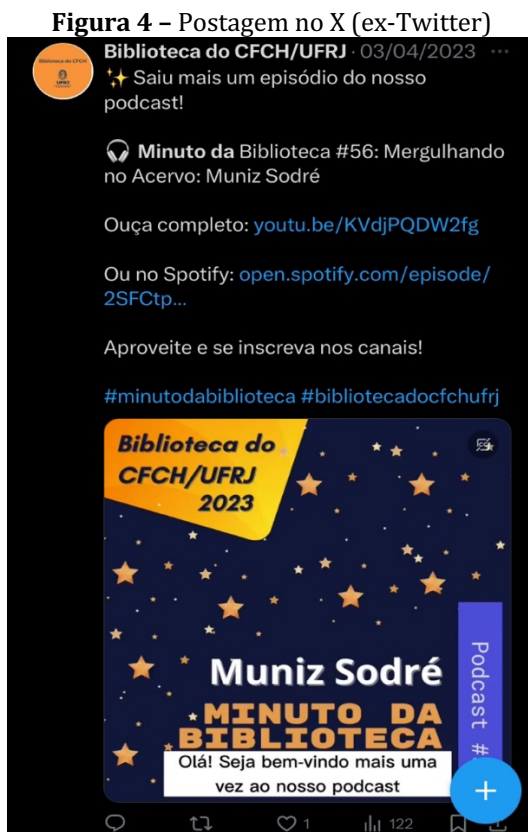
Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Descrição da imagem: Publicação no Instagram do episódio #63 sobre Simone de Beauvoir. À esquerda, o *template* padronizado do episódio. À direita, a descrição do episódio, com resumo, referências das obras no acervo, localização dos livros nas estantes e hashtags.

O padrão apresentado na Figura 3 é replicado no Facebook com algumas adaptações. No Facebook, que permite a inclusão de links clicáveis (ao contrário do Instagram), disponibilizamos o link do episódio do YouTube, que pode ser assistido dentro da própria plataforma do Facebook, além do link do episódio no Spotify. Segue-se também o padrão do texto da descrição dos episódios, com resumo, referências e localização nas estantes.

Já para a divulgação no X (ex-Twitter) o texto é reduzido devido à limitação de caracteres da plataforma e são utilizados emojis para chamar a atenção do leitor. Segue-se um padrão de texto com a inclusão do título do episódio, os links no YouTube e Spotify, um chamamento para a inscrição nos canais e uso de hashtags. Publica-se uma prévia do

episódio em vídeo legendado com 2:20 minutos (tempo limitado pela plataforma). Uma postagem do X pode ser observada na Figura 4.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Descrição da imagem: Publicação no X do episódio #56 sobre Muniz Sodré, em fundo preto. Na parte superior da imagem consta texto com os dizeres: “Saiu mais um episódio do nosso podcast! Minuto da Biblioteca #56: Mergulhando no Acervo: Muniz Sodré. Ouça completo (com link do YouTube). Ou no Spotify (com link do Spotify). Aproveite e se inscreva nos canais! #minutodabiblioteca #bibliotecadocfchufrj”. Na parte inferior da imagem, o *template* padronizado do episódio.

Nas mídias sociais, definiu-se que em todas as postagens sobre o podcast seria utilizada a hashtag “#minutodabiblioteca”, permitindo com facilidade a consulta e recuperação de todos os episódios ao se clicar sobre ela. Além desta hashtag padrão, utiliza-se sempre outras que identificam a UFRJ (“#ufrj”), a Biblioteca do CFCH (“#bibliotecadocfchufrj”) e o Sistema de Bibliotecas e Informação da UFRJ (“#sibiufrj”), e estas são utilizadas em todas as publicações no Instagram e Facebook.

No Instagram também são marcados os perfis de outras unidades da UFRJ, como estratégia para que estes perfis sejam notificados quando houverem novas publicações e para que possam eventualmente ajudar na divulgação do conteúdo para a comunidade acadêmica. São marcados os perfis oficiais da UFRJ, SiBI, Decania do CFCH, Escola de

Comunicação, Faculdade de Educação, Escola de Serviço Social, Instituto de Psicologia e o Núcleo de Estudos de Políticas Públicas em Direitos Humanos.

Por fim, o áudio é disponibilizado no site da Biblioteca do CFCH³, na página “Minuto da Biblioteca” da aba “Produtos” (Figura 5), e divulgado nos fascículos do clipping “Saiba Mais”, publicado periodicamente pela biblioteca. O site funciona como um repositório de informações úteis para os usuários em geral. Mesmo utilizando as playlists no Spotify e no YouTube, reunir a informação no site é mais uma forma de preservar o podcast e possibilitar mais uma forma de consulta.

Figura 5 – Página do podcast no site da Biblioteca do CFCH/UFRJ



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Descrição da imagem: Página do site da Biblioteca do CFCH, com tons de laranja em fundo branco. À esquerda, as abas com as informações da Biblioteca. Ao centro, a descrição do podcast, a lista de episódios e a imagem de um microfone antigo. À direita, imagens com símbolos das mídias sociais que a Biblioteca participa.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em levantamento realizado em dezembro de 2020 no Spotify por Santos *et al.* (2022), os pesquisadores identificaram 18 podcasts brasileiros sobre bibliotecas ou

³ Disponível em: <https://biblioteca.cfch.ufrj.br/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

biblioteconomia. Os autores constataram que tais podcasts são em geral elaborados por bibliotecas públicas, instituições privadas ou universidades. Dentre os podcasts brasileiros levantados, o “Minuto da Biblioteca” constava em 9º lugar do ranking de buscas naquele momento. Outras publicações listaram 17 e 21 podcasts sobre Biblioteconomia e Ciência da Informação (Sena, 2021; SiBI, 2021). Percebe-se, com esses números, que o campo da Biblioteconomia é pouco explorado por podcasts, e a Biblioteca do CFCH inova ao se somar a este pequeno grupo de produtores de conteúdo.

Com a produção dos podcasts, a biblioteca identificou potencial em ampliar o alcance a vários grupos da comunidade acadêmica através de uma estratégia de comunicação remota com conteúdos informativos técnico-científicos nas diversas áreas do conhecimento, em sua multi, inter e transdisciplinaridade.

Levando em conta princípios de marketing, os temas são organizados com análise dos assuntos a serem abordados, de acordo com as demandas e interesses da comunidade. Com planejamento, os episódios são lançados mensalmente, com divulgação nas mídias sociais da biblioteca, procurando dialogar com os usuários reais e potenciais e proporcionando um outro modo de vivenciar a biblioteca.

No entanto, uma dificuldade se faz presente: o curto alcance do podcast e o baixo engajamento de seus episódios. Com a impossibilidade de pagamento de anúncios ou de impulsionamento de publicações, os algoritmos das mídias acabam por realizar um ocultamento de conteúdos não-pagos.

Analisando as estatísticas fornecidas pelo Spotify for Podcasters para o podcast, constata-se que, do 1º ao 62º episódio, houve apenas 1.389 reproduções totais (número que inclui todos os downloads e *streamings* de 60 segundos ou mais em todas as plataformas de *streaming* de áudio), resultando em uma média de 22,4 reproduções por episódio. No Spotify, o podcast alcançou o número de apenas 32 seguidores.

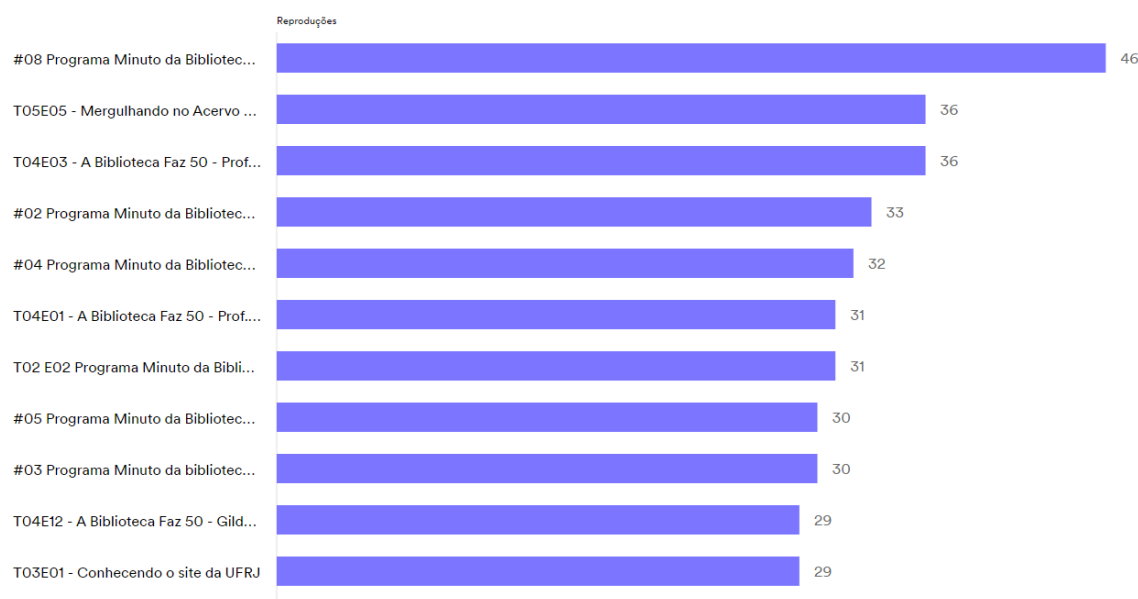
Deve-se levar em conta, porém, que as plataformas de *streaming* de áudio não refletem todo o alcance do podcast. Os episódios são disponibilizados também no YouTube, Facebook, Instagram e X (ex-Twitter), além do site da Biblioteca do CFCH.

Reduzindo o escopo e analisando as estatísticas dos 12 últimos episódios publicados referentes à temporada “Mergulhando no Acervo”, que abarcam o período de setembro de 2022 a fevereiro de 2024, o Spotify for Podcasters contabiliza 183 reproduções totais (com média de 15,25 reproduções por episódio). Já o Instagram

contabiliza 3904 (com média de 325,3 por episódio) e o YouTube 350 (média de 31,8). O número total de reproduções de acordo com as três plataformas foi de 4437 para os doze episódios, resultando em uma média de 369,75 reproduções por episódio⁴. Destes números não foi analisado o tempo médio de retenção do público, portanto não é possível saber quantos ouvintes efetivamente ouviram os episódios por inteiro. O tempo médio de visualização dos *reels* dos episódios no Instagram varia de 6 e 12 segundos, portanto pode-se inferir que o número de usuários que escutam integralmente aos episódios é muito menor do que o número de reproduções apresentado pelas plataformas.

É sempre muito importante ficar atento às estatísticas fornecidas pelas plataformas para compreendermos os rumos a serem seguidos. Através delas, podemos inferir o que está funcionando e o que não está funcionando para atingirmos o público desejado. Observemos, como exemplo, a Figura 6. Nela está representado o ranking de episódios mais reproduzidos no Spotify, conforme dados fornecidos pela plataforma Spotify for Podcasters.

Figura 6 – Ranking dos episódios mais reproduzidos segundo o Spotify for Podcasters



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Descrição da imagem: Gráfico de barras com a cor roxa, com a quantidade de reproduções para cada um dos 11 podcasts mais reproduzidos segundo o Spotify for Podcasters.

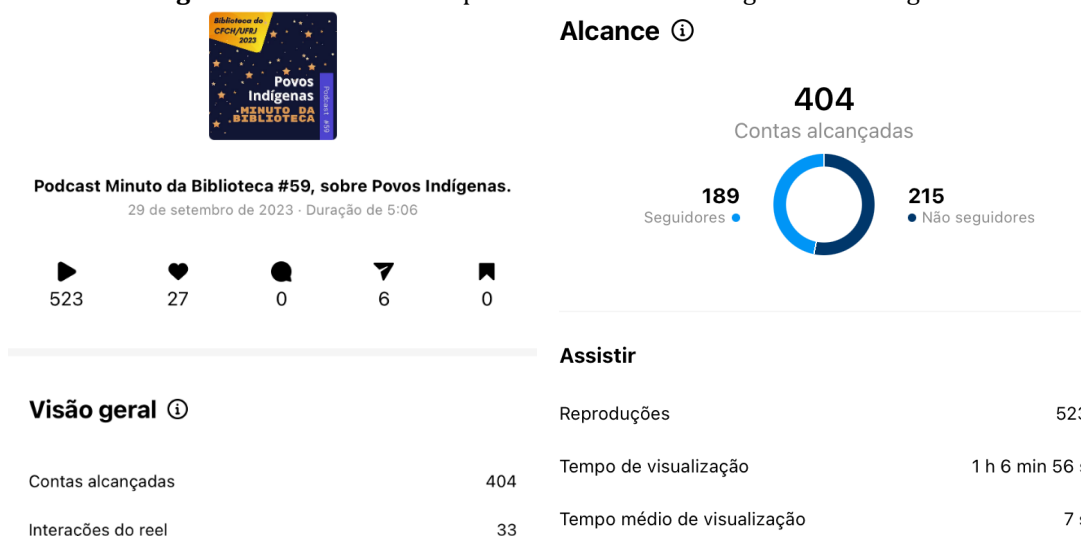
Na Figura 6, observamos que o episódio mais reproduzido é o 8º episódio da 1ª Temporada, sobre Normas da ABNT, com 46 reproduções. Com isso, podemos inferir que

⁴ Dados referentes às estatísticas tiradas em 19 de março de 2024.

este é um assunto demandado pelo público da biblioteca, o que nos leva a pensar no planejamento de produção de mais conteúdos para o podcast e para as mídias associados ao tema. Mesmo chegando à 5ª temporada, observamos na Figura 6 que os episódios mais reproduzidos são os primeiros episódios do podcast, que tratavam principalmente de pesquisas bibliográficas e fontes de informação, denotando a demanda por capacitação na pesquisa acadêmica.

As estatísticas também revelam informações sobre o alcance das publicações, o que evidencia como a atividade nas mídias sociais pode chamar a atenção do público. Observemos as estatísticas do Instagram do episódio mais curtido da temporada “Mergulhando no Acervo”, o episódio de número 8 sobre Povos Indígenas, que explorava os materiais do acervo da Biblioteca do CFCH que tratam da temática indígena. No Instagram, o episódio teve 27 curtidas e teve uma das mais altas taxas de visualização da temporada, contabilizando 523 reproduções (Figura 7).

Figura 7 – Estatísticas do episódio sobre Povos Indígenas no Instagram



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Descrição da imagem: Estatísticas do episódio sobre Povos Indígenas no Instagram. Acima, à esquerda, miniatura do *template* do episódio. À direita, um gráfico circular em miniatura com o quantitativo de contas alcançadas (404) entre seguidores (189) e não seguidores (215). Abaixo, números de contas alcançadas (404), interações do reel (33), reproduções (523), tempo de visualização (1h 6min 56s) e tempo médio de visualização (7s).

Um dado interessante a se observar é o referente ao quantitativo de contas alcançadas. O episódio alcançou 404 contas, sendo que dentre elas 189 já eram seguidores da Biblioteca no Instagram, e 215 eram não seguidores (por volta de 53%). Isso indica o

potencial de se chegar a novos públicos, que podem se interessar pelo conteúdo e passar a acompanhar as atividades da biblioteca nas mídias sociais.

No final de 2023, o Spotify realizou uma retrospectiva do podcast durante o ano, conforme a Figura 8. Os números são positivos: em 2023 houve uma porcentagem de 188% mais ouvintes, 133% de mais streamings e 36% de mais seguidores, o que indica um aumento no alcance e engajamento do podcast. Mas ainda consideramos que os números são insatisfatórios ao pensarmos nos altos números de usuários reais da Biblioteca do CFCH e das unidades acadêmicas atendidas pela Biblioteca.

Figura 8 – Retrospectiva de 2023 do podcast no Spotify



Fonte: Spotify for Podcasters (2023).

Descrição da imagem: Miniatura do *template* do podcast “Minuto da Biblioteca” sobre fundo laranja escuro. No texto, os dizeres: “Minuto da Biblioteca: 188% mais ouvintes, 133% mais streamings, 36% mais seguidores. Spotify for Podcasters. #RetrospectivaSpotify”.

Deve-se reforçar um ponto essencial, para nos lembrarmos do porquê de uma biblioteca ativa nas mídias sociais: não é pelo mero engajamento, pelas curtidas, pelo número de seguidores ou visualizações. O principal objetivo é o de estabelecer laços com os usuários reais e potenciais, cativando os usuários que já utilizam a biblioteca, atraindo novos usuários, mediando o acesso ao acervo, aos produtos e serviços, promovendo um maior acesso à informação, ao conhecimento e a novos saberes.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as inovações que surgiram ao longo dos últimos anos, em nosso contexto de sociedade da informação, as bibliotecas precisam se adaptar às demandas e necessidades em um caminho de atualização e modernização, dispondo ou não de recursos financeiros. Existem muitos recursos gratuitos na internet, o que possibilita que, mesmo sem financiamento, possamos aperfeiçoar o atendimento e a qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos usuários.

Diante da dificuldade que o podcast encontra em atingir um número satisfatório de ouvintes que reflita o número de usuários reais da Biblioteca do CFCH e de sua comunidade acadêmica, a biblioteca pretende intensificar as ações de marketing, como por exemplo, realizar um levantamento das postagens que tiveram maior engajamento, curtidas e visualizações, para analisarmos quais temas despertam maior interesse aos usuários, quais personalidades/escritores/pesquisadores os representam, quais assuntos não-sazonais mais se destacam. Desse modo, pretende-se fazer uma análise qualitativa e quantitativa desses elementos para contribuir na construção para os próximos anos de existência do "Minuto da Biblioteca", com estratégias voltadas para as mídias sociais. A promoção e divulgação dos produtos e serviços das bibliotecas precisam ser constantes, bem como o processo de comunicação com seus usuários, o que possibilita uma maior integração entre eles.

Nesse sentido, recomendam-se novos estudos sobre podcasts como fontes de informação e o seu monitoramento para análise de novas demandas informacionais e futuros procedimentos.

REFERÊNCIAS

FERREIRA, Janaina Carla; SANTOS NETO, João Arlindo dos. Inbound marketing em bibliotecas universitárias: novas formas de mediação da informação. **Informação@Profissões**, Londrina, v. 10, n. 1, p. 32-52, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/2317-4390.2021v10n1p32>. Acesso em: 12 jun. 2023.

GULKA, Juliana Aparecida; LUCAS, Elaine Rosangela de Oliveira; CORREA, Elisa Cristina Delfini. O uso de marketing digital em bibliotecas. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 5, n. 1, p. 59-69, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.28998/cirev.2018v5n1e>. Acesso em: 12 jun. 2023.

PODCAST. In: DICIONÁRIO Priberam online de português. Lisboa: Priberam Informática, c2023. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/podcast>. Acesso em: 12 jun. 2023.

SANTOS, Francisco Edvander Pires. *et al.* A presença das bibliotecas na podosfera: uma análise a partir da recuperação de podcasts nos agregadores Spotify e Deezer. *In:* FERNANDES, Joana D'Arc Páscoa Bezerra; SANTOS, Francisco Edvander Pires. **Tópicos de inovação em bibliotecas e sistemas de informação:** tendências, inquietações e possibilidades. Maringá: Booknando, 2022. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/69902>. Acesso em: 12 jun. 2023.

SARKAR, Tanmay De. Introducing podcast in library service: an analytical study. **VINE: The journal of information and knowledge management systems**, [London], v. 42, n. 2, p. 191-213, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/03055721211227237>. Acesso em: 12 jun. 2023.

SENA, Priscila. **Podcasts da Biblioteconomia e Ciência da Informação**. São Paulo: FEBAB, 11 maio 2021. Disponível em: <https://febab.org/2021/05/11/podcasts-da-biblioteconomia-e-ciencia-da-informacao/>. Acesso em: 12 jun. 2023.

SIBI. **Podcasts sobre Biblioteconomia e Ciência da Informação**. Rio de Janeiro, 10 maio 2021. Disponível em: <https://www.sibi.ufrj.br/index.php/inicio/471-podcasts-sobre-biblioteconomia-e-ciencia-da-informacao>. Acesso em: 12 jun. 2023.

Recebido em: 20 de março de 2024
Aprovado em: 27 de abril de 2024
Publicado em: 10 de agosto de 2024