



WIDaT 2025

VIII WORKSHOP DE INFORMAÇÃO,
DADOS E TECNOLOGIA

MARÍLIA • SP

O uso de *podcasts* por periódicos científicos na Ciência da Informação

The use of podcasts by scientific journals in Information Science

Diego André Andrade Neves¹



<http://lattes.cnpq.br/0489929643724568>



<https://orcid.org/0009-0003-4681-6750>

Milton Shintaku²



<http://lattes.cnpq.br/8605833104600600>



<https://orcid.org/0000-0002-6476-4953>

Resumo

A comunicação científica tem sido profundamente impactada pela digitalização e pela disseminação das mídias sociais. Os *podcasts* emergem como uma ferramenta relevante para divulgação científica, mas sua adoção por periódicos científicos na área de Ciência da Informação ainda não é explorada. Este estudo busca analisar como os periódicos dessa área utilizam os *podcasts*. O estudo levanta os *podcasts* com temas ligados à Ciência da Informação na busca dos vinculados à revista. Assim, pôde-se verificar que apenas a revista AtoZ, da Universidade Federal do Paraná (UFPR), publica um *podcast*, mas que muitas organizações fazem uso desse canal de forma oficial, o que pode apresentar potencialidade.

Palavras-chave: *podcasts*; comunicação científica; altmetria; Ciência Aberta; periódicos científicos.

Abstract

Scientific communication has been profoundly impacted by digitalization and the rise of social media. Podcasts have emerged as a relevant tool for scientific dissemination, but their adoption by scientific journals in the Information Science field remains unexplored. This study aims to analyze how journals in this field use podcasts. This research identifies podcasts related to Information Science to determine those linked to scientific journals. The findings reveal that only the journal AtoZ, from the Federal University of Paraná (UFPR), publishes a podcast. However, many organizations use this medium officially, indicating its potential for broader adoption.

Keywords: podcasts; scientific communication; altmetrics; Open Science; scientific journals.

¹ Discente mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação (PPGGI) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil. Bolsista pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), Brasília, DF, Brasil. diegoneves@ibict.br.

² Doutor em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil. Coordenador de Tecnologias para Informação (Cotec) no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict). Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação (PPGGI) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). shintaku@ibict.br.

1 INTRODUÇÃO

A rápida informatização impactou profundamente a comunicação científica, em especial os periódicos, que migraram do suporte físico para o digital com grande velocidade, mudando inclusive o modelo de negócio baseado na assinatura e distribuição física. Tanto que, o Brasil é um dos destaques na disseminação livre dos resultados de pesquisas (*Open Access*), sendo um dos pioneiros com o projeto *Scientific Electronic Library Online* (SciELO)³, lançada em 1998. Posteriormente, grande parte das revistas científicas nacionais passaram a publicar seus artigos gratuitamente em formato digital, utilizando o *software* livre *Open Journal Systems* (OJS), sendo o segundo país que mais utiliza a ferramenta.

Nesse novo cenário, as mídias sociais passaram a fazer parte da comunicação científica, criando assim uma nova métrica que estuda essa relação, a altmetria. Essa relação entre os periódicos e as mídias sociais tornou-se parte integrante. Araújo (2019), em editorial, comenta que estudiosos europeus discutem sobre os impactos na comunicação acadêmica e no comportamento dos pesquisadores. Nesse mesmo caminho, nota-se que cada vez mais a altmetria se apresenta fortalecida em um contexto da ciência aberta, integrando as mídias sociais como canais de divulgação científica.

Entretanto, há certos desafios que ainda não foram tratados, nem pela altmetria, a questão dos *podcasts*, ainda não contemplados pela métrica⁴, somente se o *podcast* for também publicado como *videocast* no YouTube é contabilizado. Com isso, cria-se o questionamento “*como os periódicos científicos da área da Ciência da Informação têm utilizado o formato podcast como estratégia de comunicação científica?*” na medida em que são significativamente utilizados na divulgação científica, como afirmam dos Santos e Barros (2023).

Assim, o estudo tem por objetivo verificar se as revistas científicas da Ciência da Informação brasileiras fazem uso desses canais para obter maior visibilidade e, com isso, discutir como essas mídias sociais se inserem na comunicação científica, vinculados aos

³ Disponível em: <https://www.scielo.org/pt/sobre-o-scielo/programa-scielo-modelo-scielo-de-publicacao-e-rede-scielo/>.

⁴ Disponível em: <https://www.altmetric.com/about-us/our-data/donut-and-altmetric-attention-score/>.

periódicos científicos. Apoiar o entendimento de como as revistas científicas estão se comportando no mundo digital e todas as suas possibilidades.

2 COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

A comunicação científica é um processo dinâmico que evoluiu ao longo dos anos, adaptando-se às novas tecnologias. É definida por Garvey (1979) como um conjunto de atividades associadas à produção, disseminação e uso da informação, a partir do momento em que o cientista concebe uma ideia para pesquisar, até que a informação sobre os resultados seja aceita como parte do conhecimento científico. Assim, os cientistas adotam tecnologias em suas atividades, incluindo na forma de disseminação.

Targino (2000) aponta que a comunicação científica é indispensável à atividade científica, pois:

“[...] permite somar os esforços individuais dos membros das comunidades científicas. Eles trocam continuamente informações com seus pares, emitindo-as para seus sucessores e/ou adquirindo-as de seus predecessores. É a comunicação científica que favorece ao produto (produção científica) e aos produtores (pesquisadores) a necessária visibilidade e possível credibilidade no meio social em que produto e produtores se inserem.” (Targino, 2000, p. 10).

Para Bueno (2010), a comunicação científica e a divulgação científica se viabilizam a partir de canais ou veículos que também exibem características distintivas bem definidas. Aponta-se isso pois, ao adentrar na camada digital, a divulgação científica se desmembra em distintos canais e formatos.

2.1 A Comunicação Científica na Era Digital

Nesse caminho, o formato digital impactou profundamente na divulgação e disseminação da informação, podendo, com isso, comparar o surgimento dessa modalidade à invenção dos tipos móveis por Gutemberg. Abriu-se novas possibilidades de apresentar a informação, passando do textual para o multimídia. No campo da comunicação científica, as revistas passaram a ser digitais, com acesso via *web*, mas mantendo o formato tradicional textual.

No cenário da internet, com grande disputa informacional, a comunicação científica tem feito uso das mídias sociais. Isso fez com que fosse criado uma métrica especializada para verificar o seu impacto neste ambiente, a altmetria. Como visto por Piccoli e Stecanela (2023), a altmetria volta-se a medir o impacto social da informação científica, por meio da mensuração desta informação nas mídias sociais. Entretanto, as mídias sociais apresentam uma grande variedade de tipos, dentre tem-se os *podcasts*.

2.2 Os Podcasts

O *podcast*, conforme definição de Costa e Silva (2024), consiste em um formato de mídia de áudio digital que se realiza por meio da distribuição desses arquivos pela internet, usando o recurso de disparo de seu *Really Simple Syndication* (RSS) pelos seus agregadores. Nos últimos anos, este formato evoluiu para o audiovisual, também conhecido por *videocast*. Os *podcasts* têm se destacado na divulgação da Ciência, pois permitem transmissão dinâmica de conteúdo e acessibilidade ampliada. A popularidade dos *podcasts* na ciência cresce exponencialmente. Costa e Silva (2024) ainda apontam que, internacionalmente e nacionalmente, os *podcasts* estão sendo objeto de pesquisa e atenção por parte da academia.

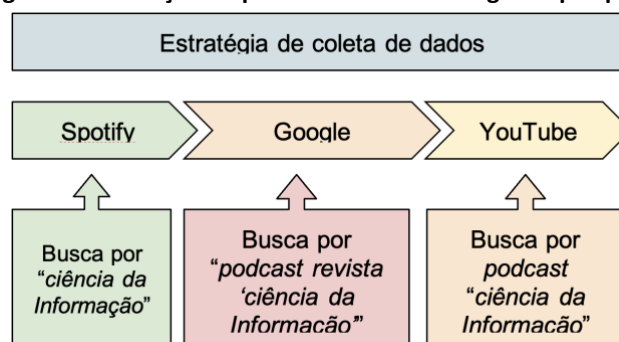
3 METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, quantitativa e descritiva, abrangendo levantamento de periódicos científicos da Ciência da Informação indexados em bases de dados e análise da existência de *podcasts* vinculados a essas revistas. Devido ao objetivo de verificar se as revistas científicas da Ciência da Informação brasileiras fazem uso dos *podcasts* a estratégia de coleta de dados segue o seguinte percurso (Figura 1).

Como o *Spotify* é a rede social que abriga somente os *podcasts*, buscou-se apenas pelo tópico “ciência da informação”. Como muitos *podcasts* também usam a sua versão *videocast*, buscou-se por “*podcast*” e “*ciência da informação*”, de forma a pegar todos os vídeos com o tema. Por fim, a busca no google, mais abrangente, restringiu a busca para

três argumentos: “*podcast revista ‘ciência da informação’*”, tendo sido utilizado a categoria de pesquisa “*Todas*” e o filtro “*Pesquisar páginas em português*”, com maior possibilidade de recuperação de dados.

Figura 1 - Ilustração do percurso da metodologia da pesquisa



Fonte: Elaboração própria.

4 RESULTADOS

A primeira busca, obteve como resultado diversos *podcasts* científicos, porém, sem um foco no contexto pesquisado. Esses resultados confirmam os estudos de dos Santos e Barros (2023) e Figueira e Bevilacqua (2022), que indicam que os *podcasts* são utilizados para divulgação científica. Ao clicar na opção “*Mostrar tudo*”, expandiu-se os resultados, porém, ainda mantendo uma diversidade de ocorrências generalizadas dentro da ciência como um todo, sem nenhum foco na área da Ciência da Informação, exceto um único resultado que foi o *podcast* “*Introdução a Ciência da Informação*”.

Ao dar prosseguimento na pesquisa, foi utilizada a plataforma Google. Como resultado, houveram novamente ocorrências diversas, embora desta vez dentro do foco da Ciência da Informação, listando aproximadamente 51.500 resultados. O que diversificou foram os formatos de resultados, consistindo entre artigos científicos, matérias de sites e blogs, mas sem a consistência dos *podcasts* propriamente ditos.

Souza e Santos (2018) apontam que os meios de comunicação são fundamentais para que informações sejam consumidas, enfatizando ainda que os avanços tecnológicos possibilitaram a comunicação digital. Então, como terceira tentativa, utilizou-se da categoria de pesquisa “*Vídeos*”, mostrando bastante resultados da proposta, no caso

diversos episódios do *podcast* da *Revista AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento*⁵, da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Araújo *et al.* (2023) argumentam que:

O aperfeiçoamento das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) têm impactado e ampliado continuamente o processo de divulgação científica, por meio do uso de redes sociais online como Instagram, Facebook e Twitter, dentre outros canais e formatos, a exemplo dos serviços de streaming que apresentam a ferramenta de *podcast* (Araújo *et al.*, 2023, p. 2).

Então, seguindo este fluxo de pesquisa, mais uma tentativa foi feita, porém na plataforma YouTube. Foram utilizados os mesmos termos no buscados da plataforma de vídeos, e os resultados consistiram em ocorrências de episódios de *podcasts* da referida revista, *AtoZ*. Rolando mais a tela, outros vídeos inconsistentes e diversos foram surgindo, perdendo-se mais uma vez o foco da proposta desta pesquisa.

Assim, ao voltar na plataforma Google e verificando novamente mais resultados além no rolar da tela, conseguiu-se encontrar uma ocorrência que muito chamou atenção. Era uma matéria do site do Sistema de Bibliotecas e Informação (SiBi) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com o nome de “*Podcasts sobre Biblioteconomia e Ciência da Informação*”.

O mesmo, embora datado em 10 de maio de 2021, levantava uma relação de todos os *podcasts* de Ciência da Informação (e sua área correlata, Biblioteconomia), conforme mostra a Figura 2.

Na matéria foram listados todos os possíveis *podcasts* existentes no Brasil que abordam a Ciência da Informação, embora nem todos provenientes de periódicos. Complementando a lista apresentada, pode-se verificar quais os *podcasts* vinculados a revistas, como apresentado no Quadro 1.

⁵ Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz>.

Figura 2 – Matéria sobre *podcasts* de Ciência da Informação no SiBi/UFRJ

Fonte: Captura de tela da matéria no site do Sibi/UFRJ (2025)⁶.

Quadro 1 - Relação dos respectivos *podcasts* da lista com suas vinculações institucionais e se são oriundos de revistas científicas de Ciência da Informação

Nº	Nome do Podcast	Vinculação	Revista?
1	Além das Estantes	Não informado	Não
2	Biblio do Calmon	Pessoal	Não
3	Biblioteconomia em Foco	FACC - UFRJ	Não
4	Biblioteconomia para Concursos	Pessoal	Não
5	Biblioteco	Não informado	Não
6	Biblioteca em Prosa	Não informado	Não
7	BIBLIOQUÊ	Universidade Federal do Amazonas (UFAM)	Não
8	BiblioCast	Não informado	Não
9	Biblio S.A	PET Biblioteconomia UNIRIO	Não
10	Biblio Tubers	Não informado	Não
11	Cibercultura De Pierre Lévy	Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)	Não

⁶ Disponível em: <https://www.sibi.ufrj.br/index.php/inicio/471-podcasts-sobre-biblioteconomia-e-ciencia-da-informacao>. Acesso em: 21 fev. 2025.

12	Cimplifica - O primeiro podcast brasileiro de Ciência da Informação	Não informado	Não
13	Competência em Informação Instrumental	Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM)	Não
14	Consciência e Informação	Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	Não
15	DescompliCast	Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	Não
16	Foca na Info	Não informado	Não
17	Nepomuceno Estratégia Digital Nepô	Não informado	Não
18	OldSchool Biblio	Não informado	Não
19	Panema Cultural	Cursos de Biblioteconomia e Documentação e Arquivologia da Universidade Federal Fluminense	Não
20	Planejamento em Unidades de informação	Não informado	Não
21	Podcast InformarÉ	Conselho Regional de Biblioteconomia da 8ª Região (CRB-8) - SP	
22	PodCI	Pessoal	Não
23	Podcast do LTI Digital	Universidade Federal da Bahia (UFBA)	Não
24	Revista AtoZ	Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação (PPGGI) da Universidade Federal do Paraná (UFPR)	Sim
25	Transitando na Biblio	Conselho Regional de Biblioteconomia do Estado do Rio de Janeiro (CRB-7 RJ)	Não
26	Transitando na Biblio Podcast	Conselho Regional de Biblioteconomia do Estado do Rio de Janeiro (CRB-7 RJ)	Não

Fonte: Elaboração própria.

Mesmo que a presença de *podcasts* de revistas ainda seja tímida (uma única revista), há uma grande quantidade vinculado a organizações e instituições, dando oficialidade a estes canais. Assim, pode-se verificar que, sendo um canal utilizado para divulgação científica, ainda é pouco utilizado como canal de disseminação, com vinculação à revista, podendo apresentar oportunidades para outros estudos.

4.1 Os Podcasts da Revista AtoZ e a Inteligência Artificial (IA)

Visto que essa única revista é a Revista AtoZ, faremos então um apanhado descritivo de sua atuação dentro do contexto da comunicação científica, como seu formato, periodicidade, objetivos e episódios do *podcast* desta revista.

O *podcast* da Revista AtoZ foi lançado em julho de 2021, e é uma ação do projeto de extensão “Ciência Aberta e a Gestão da Informação Científica” da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Sua periodicidade é quinzenal e seu formato é audiovisual (*videocast*). Os encontros são compostos por 1 (um) entrevistador ou entrevistadora (ou mais de 1, conforme dinâmica acordada entre a equipe de produção). O objetivo do mesmo consiste em abordar tudo que está relacionado à ciência aberta, à gestão da informação e à pesquisa científica, especialmente no que tange a tecnologia informacional para tanto a disseminação quanto a atuação do corpo docente, discente e pesquisador dentro do cenário dessa gestão. Os convidados são desde professores e discentes (inclusive de pós graduação) à atuantes externos ao escopo da UFPR.

No que se trata do uso da Inteligência Artificial (IA), o *podcast* usa desta tecnologia para a disseminação de seus episódios. Além dos mesmos serem postados pelo Youtube, são também publicados pela plataforma *beacon.ai*, um sistema que ajuda criadores de conteúdo a gerir a sua presença online e engajar o seu público.

A plataforma *beacon.ai* utiliza a IA para compilar links diversos em um único link. No caso do *podcast* da Revista AtoZ, este *link* divulga os episódios pelas plataformas: *Spotify*, *Deezer*, *Apple Podcasts*, *Amazon Music*, *Audible*, *Castbox*, *Pocket Cast*, *Podcast Addict*, *PodVine*, *RadioPublic*, e *TuneIn*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos evidenciam que o uso de *podcasts* na comunicação científica ainda é pouco explorado no âmbito dos periódicos científicos da Ciência da Informação no Brasil. A ausência de mensuração direta pela altmetria, salvo quando o conteúdo é disponibilizado como *videocast* no YouTube, limita o reconhecimento e a visibilidade desse formato como ferramenta de divulgação acadêmica. Apesar dessa

limitação, a pesquisa identificou iniciativas pontuais de uso de *podcasts* por instituições acadêmicas, embora, no caso, apenas 1 vinculada a revista científica, destacando a Revista AtoZ da UFPR.

Ademais, a análise dos resultados obtidos a partir das buscas nas plataformas *Spotify*, *Google* e *YouTube* demonstra que há um crescente interesse pelo formato, mas sem uma estruturação consolidada nos periódicos científicos. Diante disso, é essencial que mais estudos sejam conduzidos para avaliar o potencial dos *podcasts* como meio de disseminação da ciência. Além disso, recomenda-se que as métricas altmétricas no que tange a mídias sociais *versus* comunicação científica sejam aprimoradas para incorporar esse formato de forma mais abrangente. É possível que, com o avanço das tecnologias digitais e a crescente aceitação dos *podcasts* no meio acadêmico, essa ferramenta venha a desempenhar um papel cada vez mais relevante na comunicação científica.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de. O impacto das mídias sociais para revistas científicas da área da saúde. **Acta Paulista de Enfermagem**, São Paulo, v. 32, n. 1, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-0194201900001>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ape/a/jzKLTX7htBnQTJ9FwD9HNDb>. Acesso em: 21 fev. 2025.
- ARAÚJO, Joana Ferreira de; SILVA, Alzira Karla Araújo; AUTRAN, Marynice de Medeiros Matos; TELMO, Flávia de Araújo. Divulgação científica e podcast: disseminação do conhecimento científico na Ciência da Informação. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, [S. l.], n. 17, p. 1-23. 2023. DOI: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2023.v17.e023046>. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9161388>. Acesso em: 28 fev. 2025.
- BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 1-12, 2010. DOI: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1>. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 09 abr. 2025.
- COSTA, Camila Martineli; SILVA, Fabiano Couto Corrêa da. Podcasts como ferramenta para comunicação científica: um estudo sobre a divulgação da Ciência da Informação. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, Curitiba, v. 13, p. 1-13, 2024. DOI: <https://doi.org/10.5380/atoz.v13i0.89539>. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/89539>. Acesso em: 21 fev. 2025.

FIGUEIRA, Ana Cristina Peixoto; BEVILAQUA, Diego Vaz. Podcasts de divulgação científica: levantamento exploratório dos formatos de programas brasileiros. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, [S. l.], v. 16, n. 1, 2022. DOI: <https://doi.org/10.29397/reciis.v16i1.2427>. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2427>. Acesso em: 28 fev. 2025.

GARVEY, William D. **Communication, the essence of science**: facilitating information exchange among librarians, scientists, engineers, and students. New York: Pergamon Press, 1979.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. Popularização do conhecimento científico. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, [S. l.], v. 3, n. 2, 2002. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/5354>. Acesso em: 21 fev. 2025.

SANTOS-D'AMORIM, Karen. A comunicação científica em movimento: das origens aos debates atuais. **Brazilian Journal of Information Science**, Marília, v. 15, p. e02103, 2021. DOI: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2021.v15.e02103>. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/11468>. Acesso em: 21 fev. 2025.

PICCOLI, Marcia Speguen de Quadros; STECANELA, Nilda. Popularização da ciência: uma revisão sistemática de literatura. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 49, p. e253818, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/55yQ3zb8pLrwPD3kcdyQFdk>. Acesso em: 21 fev. 2025.

SANTOS, Sara Pires; BARROS, Adriano David Monteiro. Podcast como instrumento de divulgação científica: uma análise bibliométrica. **Estudos em Comunicação**, [S. l.], n. 36, 2023. DOI: <https://doi.org/10.25768/1646-4974n36a09>. Disponível em: <https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/1157>. Acesso em: 21 fev. 2025.

SOUZA, Vanessa Lima de; SANTOS, Jacques Fernandes. Comunicação midiática: influência, consumo e moda nas redes sociais. **RIOS: Revista Científica da Faculdade Sete de Setembro**, [S. l.], v. 12 n. 17. 2018. Disponível em: <https://www.publicacoes.unirios.edu.br/index.php/revistarios/article/view/341>. Acesso em 28 fev. 2025.

TARGINO, Maria das Graças. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 10, n. 2, 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/326>. Acesso em: 09 abr. 2025.



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Esta licença permite compartilhamento, remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

Como citar este trabalho:

NEVES, Diego André Andrade; SHINTAKU, Milton. O uso de podcasts por periódicos científicos na Ciência da Informação. *In*: WORKSHOP DE INFORMAÇÃO DADOS E TECNOLOGIA, 8., 2025, Marília, SP. **Anais [...]**. Marília, SP: Universidade de Marília, 2025. DOI: <http://doi.org/10.22477/viii.widat.232>.