

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

LÍVIA GARIGLIO

O QUE O VISUAL TEM A VER COM O SONORO?
Uma revisão sistemática de pesquisas sobre capas de podcast

Mariana
2025

LÍVIA GARIGLIO

O QUE O VISUAL TEM A VER COM O SONORO?
Uma revisão sistemática de pesquisas sobre capas de podcast

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a. Dra. Debora Cristina Lopez

MARIANA
2025

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

G232q Gariglio, Lívia.

O que o visual tem a ver com o sonoro? [manuscrito]: Uma revisão sistemática de pesquisas sobre capas de podcast. / Lívia Gariglio. - 2025.
99 f.: il.: color., gráf., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Débora Cristina Lopez.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Editor de áudio digital. 2. Podcasts. 3. Podcasters. I. Lopez, Débora Cristina. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 654.19

Bibliotecário(a) Responsável: Eliane Apolinário Vieira Avelar - CRB6/3044



FOLHA DE APROVAÇÃO

Lívia Gariglio Magalhães

O que o visual tem a ver com o sonoro? Uma revisão sistemática de pesquisas sobre capas de podcast

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel

Aprovada em 21 de agosto de 2025

Membros da banca

Dra. - Debora Cristina Lopez - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
Dr. - Marcelo Freire Pereira de Souza - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Me. - Vitor Hugo de Oliveira-Lopes - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Debora Cristina Lopez, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 25/09/2025



Documento assinado eletronicamente por **Debora Cristina Lopez, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 29/09/2025, às 09:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0985787** e o código CRC **F01492DC**.

Dedico esse trabalho à minha mãe, que formulava provas em casa para que eu estudasse para as da escola.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à Universidade Federal de Ouro Preto, pelas oportunidades;

À minha orientadora, Profa. Dra. Debora Cristina Lopez, por ter me apresentado aos estudos radiofônicos e pela orientação atenta, cuidadosa e dedicada;

À minha mãe, por ser a responsável por estimular minha curiosidade acadêmica e por fazer tudo ao seu alcance para que eu fosse bem-sucedida em minha jornada;

Ao meu padrasto, pelo incentivo constante;

À minha irmã, por me escutar por horas a fio sobre meus projetos durante a graduação;

Ao meu namorado, que sempre esteve presente por mim;

E ao meu gato, por todo o suporte emocional nesse processo.

RESUMO

Num contexto de rádio hipermidiático (Lopez, 2009) e expandido (Kischinhevsky, 2016), surgiu o podcast. O RSS e o áudio digital foram os pré-requisitos para isso acontecer, num processo de radiomorfose (Prata, 2005). A característica que permite ao arquivo RSS anexar áudios, também oferece a capacidade de adicionar imagem para aquela publicação e, portanto, desde o princípio do podcasting há a possibilidade de utilização de capas para os programas. O fenômeno possui uma espinha dorsal sonora (Viana; Lopez, 2015), mas os elementos parassonoros (Kischinhevsky; Modesto, 2014) são parte de um microssistema próprio, mas complementar ao sonoro (Kochhann, 2024). A capa de um programa é tanto um adiantamento do produto (Legorburu et al., 2021), quanto reforço das identidades editorial e sonora. Para compreender como as pesquisas acadêmicas abordam esse elemento gráfico, a metodologia utilizada foi a Revisão Sistemática de Literatura com o uso de análise de conteúdo na etapa de análise dos dados. Os buscadores utilizados foram o Web of Science, o Dimensions.ai e o Scopus, com o uso de uma string de busca com operadores booleanos. Os resultados demonstram que os estudos sobre capas de podcast coletados são dispersos, com metodologias e paradigmas distintos e que há uma melhor contextualização ao se olhar para a identidade visual. Há uma necessidade de novos estudos para suplantar as limitações metodológicas e expandir o panorama das publicações acadêmicas sobre capas de podcast.

Palavras-chave: podcast; capas de podcast; revisão sistemática; identidade visual; capa.

ABSTRACT

In a context of hypermedia (Lopez, 2009) and expanded radio (Kischinhevsky, 2016), the podcast emerged. RSS and digital audio were the prerequisites for this to happen, in a process of radiomorphosis (Prata, 2005). The feature that allows the RSS file to attach audio also offers the ability to add images to the publication. Therefore, from the beginning of podcasting, the use of program covers has been possible. The phenomenon has audio as backbone (Viana; Lopez, 2015), but the parasound elements (Kischinhevsky; Modesto, 2014) are part of a microsystem of their own, but complementary to the sonic one (Kochhann, 2024). A program's cover is both a preview of the product (Legorburu et al., 2021) and a reinforcement of its editorial and audio identities. To understand how academic research approaches this visual element, the methodology used was a Systematic Literature Review, with content analysis in the data analysis stage. The search engines used were Web of Science, Dimensions.ai, and Scopus, using a search string with boolean operators. The results demonstrate that the collected studies on podcast covers are scattered, with distinct methodologies and paradigms, and that there is better contextualization when examining visual identity. Further studies are needed to overcome methodological limitations and expand the panorama of academic publications on podcast covers.

Keywords: podcast; podcast covers; systematic review; visual identity; cover.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Print do arquivo RSS do New York Times, na versão 2.0	34
FIGURA 2 – Print do símbolo RSS	35
FIGURA 3 – Print da janela de gadgets do Blogger in Draft	36
FIGURA 4 – Print de divulgação de um feed personalizado no RSS Feed Viewer, um agregador de RSS	37
FIGURA 5 – Print do tempo de atualização periódica do RSS Feed Viewer	38
FIGURA 6 – Print do Bloglines, um agregador de feed de texto	39
FIGURA 7 – Print do um agregador de feed de áudio	39
FIGURA 8 – Print de um agregador de feed de áudio	40
FIGURA 9 – Print de um agregador de áudio com player embutido	40
FIGURA 10 – Print de funcionalidades do iTunes	42
FIGURA 11 – Print do iTunes na versão 4.9, em junho de 2005	42
FIGURA 12 – Print das configurações de exportação do Web of Science	63
FIGURA 13 – Print das configurações de exportação do Scopus	64
FIGURA 14 – Print das configurações de exportação do Dimensions.ai	64
FIGURA 15 – Gráfico de classificação dos textos excluídos dividido por buscadores	66
FIGURA 16 – Gráfico de classificação dos textos excluídos sem duplicatas	67
FIGURA 17 – Gráfico da distribuição geográfica dos locais de publicação das citações	73
FIGURA 18 – Gráfico da distribuição temporal das publicações das citações	74
FIGURA 19 – Gráfico da distribuição geográfica das origens dos autores citados	75
FIGURA 20 – Gráfico dos formatos textuais dos textos citados	75
FIGURA 21 – Gráfico de gênero dos autores citados	76
FIGURA 22 – Gráfico de tipo de autoria dos textos citados	77
FIGURA 23 – Gráfico da distribuição geográfica dos locais de publicação das citações	80
FIGURA 24 – Gráfico da distribuição temporal das publicações das citações	80
FIGURA 25 – Gráfico da distribuição geográfica das origens dos autores citados	81
FIGURA 26 – Gráfico dos formatos textuais dos textos citados	81
FIGURA 27 – Gráfico de gênero dos autores citados	82
FIGURA 28 – Gráfico de tipo de autoria dos textos citados	82
FIGURA 29 – Visualização de Overlay no VOSViewer	83

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Lista de Prêmios Luiz Beltrão do GP Rádio e Mídia Sonora

50

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 Podcasting em ambiente platformizado	13
1.1 Plataformização da escuta	13
1.2 Podcast e podcasting	19
2 Apropriações da tecnologia no rádio	27
2.1 Tecnologia na história do rádio	27
2.2 Pré-requisitos tecnológicos para o podcast: RSS e áudio digital	32
3 História dos estudos radiofônicos brasileiros	46
3.1 Surgimento e consolidação da pesquisa radiofônica no Brasil	46
4 Metodologia	54
4.1 Revisão sistemática	54
4.2 Buscadores e parâmetros metodológicos	56
4.3 Coleta exploratória e exclusão do Semantic Scholar	59
4.4 Coleta atualizada	63
4.5 Exclusões, filtros e critérios de análise	65
4.6 Análise dos artigos de contexto	68
4.7 Análise dos textos da Revisão Sistemática de Literatura	70
CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
REFERÊNCIAS	86
APÊNDICES	95
APÊNDICE 01 – Tabelas da Revisão Sistemática	96

INTRODUÇÃO

Com a crescente popularização do podcast, em especial com influência da pandemia, os estudos sobre a podosfera se tornaram ainda mais necessários. Segundo Andrea de Lima Trigueiro Amorim e Maria Jovelina da Cruz Guimarães Araújo (2021), houve consumo significativo no período de isolamento de programas sobre autoconhecimento, bem estar, meditação, treinamento esportivo, bem como podcasts voltados para o público infantil. Elas apresentam “o Brasil como maior produtor de podcasts durante a pandemia, cruzando dados sobre criação e consumo nos primeiros seis meses de 2020” (p. 7). A empresa brasileira Orela contava com mais de 700 mil podcasts hospedados no ano da matéria (Lovisi, 2021) e ainda de acordo com o autor, 91% das pessoas que ouviram podcast durante o isolamento tinham a intenção de manter o hábito.

A pesquisa mercadológica Inside Audio é feita pela Kantar Media para medir os hábitos de consumo e o retorno de investimento de publicidade no rádio no Brasil e é feita anualmente desde 2015. A versão de 2023 aponta que, dos ouvintes de rádio entrevistados, 76% acreditam que o meio vem se modernizando em seus conteúdos e formatos, 38% consideraram que a possibilidade de escutar online mudou sua relação com o rádio. Além disso, 50% escutaram podcast nos últimos 3 meses e isso representa um aumento de 23% em relação ao ano anterior. Já de acordo com a atualização de 2024, o número caiu para 43%, mas com uma grande fidelidade, dado que 48% dos ouvintes de podcasts os escutam toda semana. Dentre esses ouvintes, o estudo afirma que os temas de podcast mais consumidos são comédia, música, esportes, educação e, por fim, notícias e política, respectivamente.

Ainda em 2023, o Data Reportal, relatório global que usa dados coletados pela empresa Global Web Index, revela que o Brasil é maior consumidor de conteúdo de podcast do mundo nas idades entre 16 a 64 anos, dado que 42,9% dos usuários brasileiros presentes na internet que estão nessa faixa etária declararam que escutaram ao menos um podcast na última semana. Essa porcentagem é superior à da Indonésia, com 40,2%; dos Estados Unidos, com 25,7%; de Portugal, com 24,1% e é mais do que o dobro da média mundial, que é de 21,2%. Já numa perspectiva mensal, a Statista Consumer Insights analisa que em agosto de 2023, por

volta de 51.8 milhões de brasileiros escutaram podcast pelo menos uma vez no mês anterior, o que corresponde a mais de 24% da população. O país figurou em terceiro lugar no ranking, atrás apenas dos EUA e da China.

Sobre as pesquisas sobre a podcastsfera, Kamilla Avelar, Nair Prata e Henrique Cordeiro (2018) executaram uma coleta de dados no buscador Web of Science, com 669 trabalhos em que aparecia o termo podcast entre 2005 a 2017. Eles concluíram que, nesse período, as três maiores áreas de produção sobre o tema foram educação, saúde e rádio.

No mesmo ano, Ana Luíza S. Couto e Luís Mauro Sá Martino levantaram outros dados sobre as pesquisas sobre podcast em Programas de Pós Graduação de Comunicação entre 2006 e 2017, que corroboram essa perspectiva. Nesse processo, identificaram as áreas das teses e dissertações no Brasil sobre esse tema, porém descobriram que mais da metade das produções sobre podcasting encontradas no Banco da Capes não eram da área da comunicação. Entretanto, entre os números absolutos de ocorrências, Comunicação e Educação estavam empatadas em primeiro lugar nessa produção. Ademais, os autores também discorrem sobre a conceitualização do que é podcast e inferem que não há um consenso sobre o termo dentre os autores analisados por eles. Entretanto, Luana Viana (2020), ressalta que esse estudo englobava áreas gerais e não apenas a linha de rádio e mídia sonora, e que mesmo se referindo a apenas essa linha, ainda não há um consenso sobre o que é podcast. Portanto, é necessário entender o recorte do que é “podcast” e “podcasting”, englobando diversas áreas na construção do conceito.

Em estudo anterior (Quadros *et al.*, 2024) verificamos que, no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes entre 2013 e 2022, 170 trabalhos que apresentavam palavras-chave relacionadas a podcast foram defendidos, sendo 159 dissertações, 10 teses e um Material Didático e Instrucional. Dentre eles, a maior ocorrência foi na área de Educação e Ensino, com 57 ocorrências acumuladas, em comparação com Comunicação e Informação, com 38.

Por outro lado, os podcasts possuem capas, que são mídias visuais que estabelecem relações com a narrativa sonora. Entretanto, a relação entre podcast e design é um campo pouco explorado e parece ter se estabelecido há pouco tempo. Observei isso na pesquisa que desenvolvi junto ao Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor), que atua em duas linhas de pesquisa: Estudos de Som e Métodos Digitais. No artigo, “Estudos sobre design e podcasting: uma revisão de literatura” (Gariglio *et al.*, 2023), percebemos que o

campo é fragmentado, recente e que não há uma diferenciação clara entre artigos que explicam como se deu a construção de uma capa e os que analisam capas já existentes.

Além disso, identificamos que capas são consideradas um elemento de identificação editorial e também uma estratégia de marketing. Mas, ainda há lacunas de como se dão os processos de construção dos estudos e como eles direcionam o olhar sobre as capas de podcast. Há um baixo investimento da academia em entender a relação entre podcast e o design, ainda mais por ser um estudo multidisciplinar, porém é uma área em que ainda existem muitos estudos a serem feitos.

Este estudo tem como propósito compreender as conformidades, discrepâncias e relações presentes nas pesquisas existentes que tratam sobre a interface entre design e identidade editorial de podcasts. O objetivo dessa investigação é mapear o estado atual da produção acadêmica sobre o tema, de forma a identificar a quantidade de estudos disponíveis, suas localizações geográficas e institucionais, os tipos de documentos – artigos, capítulos, TCCs, dissertações e teses – e as redes de citações. As possíveis variações de resultados entre buscadores são levadas em conta, já que isso pode afetar pesquisas futuras sobre o assunto. Além disso, também busca-se compreender se os estudos sobre capas de podcasts constituem uma área consolidada ou dispersa e como esse conhecimento é estruturado no contexto dos estudos radiofônicos.

Para isso, a metodologia utilizada é a revisão sistemática de literatura, na qual parâmetros transparentes e replicáveis são utilizados para analisar essas publicações (Cook *et al.*, 1997) acionando também a análise de conteúdo na fase de interpretação dos dados. A análise quantitativa estabelece métricas como número de textos que aparecem por buscador; tipos de autoria, que pode ser individual ou colaborativa; gênero; país das publicações ou, no caso das produções nacionais, em quais regiões do Brasil foram publicadas e redes de citação. Enquanto isso, a qualitativa considera o conteúdo das pesquisas para entender os sentidos atribuídos às capas de podcast em relação à identidade editorial. Assim, o intuito é de consolidar as informações levantadas, revelando também caminhos para aprofundamentos futuros sobre o tema.

1. Podcasting em ambiente plataformizado

No período do surgimento do podcasting, o fenômeno era observado por uma lente da convergência midiática (Jenkins, 2006), que embora muito importante para a época, não consegue abranger disparidades de poder (Garson, 2019) e a complexidade da ecologia de mídia durante a plataformização do podcast. Desse modo, é necessário compreender o processo de plataformização, bem como o que caracteriza o podcast e o podcasting.

1.1. Plataformização da escuta

Segundo Marcelo Garson (2019), o termo convergência está presente no léxico relacionado às mídias digitais desde a década de 1970 e continua sendo usado até hoje e ele atribui essa permanência à flexibilidade que essa palavra adquiriu. Entretanto, ele investiga as armadilhas nas quais esse conceito incorre e conclui que há uma lógica conciliadora no uso da convergência midiática.

O autor explica que, durante o final da década de 70 e início da de 80, a nomenclatura descrevia e legitimava o crescimento dos grandes conglomerados de mídia e que nos anos 2000, Nicholas Negroponte, pesquisador da área, criava iniciativas de teor determinismo tecnológico. Em 2006, Henry Jenkins em seu livro “Cultura de Convergência” se posiciona contra essa visão tecnicista da convergência, especialmente no que diz respeito a ser apenas um aparelho fazendo a função de muitos e vislumbra o uso da palavra como o novo consumo cultural.

Entretanto, segundo a crítica de Garson a Jenkins, o modo com que a convergência é abordada não discute as relações de poder e a disparidade entre consumidores e produtores, e assim, “as interações entre fãs parecem ocorrer em um ambiente harmônico e livre de hierarquias. As possibilidades de colaboração parecem abertas a todos, sem nenhum tipo de discriminação ou constrangimento” (Garson, 2019, p. 65). Portanto, considera que as estruturas da convergência são esvaziadas de crítica, ainda mais ao considerar que o autor extrapola o comportamento de fãs para entender as práticas do consumidor médio, que não se comporta da mesma maneira.

Assim, é importante considerar que o debate sobre o que é convergência midiática foi muito importante para a história do podcast, mas não dá conta de explicar de forma

aprofundada as relações estabelecidas entre o rádio e a internet. Isso porque, além da lógica conciliatória, existem novos elementos, como a “plataformização da comunicação e da cultura, com a emergência de novos grandes intermediários digitais, que concentram cada vez mais poder” (Kischinhevsky, 2024, p. 4). Ele explica que essa concentração é chamada desde a virada do milênio como “reintermediação”, já que grandes conglomerados midiáticos se apossam do funcionamento digital – e, nesse caso, plataformizado –, numa tentativa de continuarem com um monopólio de audiência.

Em vista disso, é necessário associar as tecnologias, conceitualizações, contextos socioculturais e econômicos para compreender melhor essas relações, sem diminuir os processos estruturais que permitiram essas associações. Para analisar o contexto atual dos meios de comunicação, é preciso compreender não só as relações estabelecidas entre eles, mas também abracer as mudanças ocorridas em decorrência de causas externas ou em seu entorno (Viana, 2022).

Segundo a autora, o termo ecologia de mídia é metafórico e usa analogias da biologia: os meios de comunicação, assim como as espécies, interagem e se afetam mutuamente; eles são ambientes culturais que conjuntamente compõem um ecossistema do processo comunicativo. Por isso, “a ecologia de mídia é uma perspectiva conceitual que abarca essas relações e abrange seus desdobramentos, sejam eles mudanças estruturais nos meios ou a preservação de um caráter essencial” (Viana, 2022, p. 18), o que permite uma análise das reconfigurações, rupturas e continuidades. Esse conceito também engloba os impactos das mídias nos seus consumidores e nas representações, socializações e percepções que são feitas com essa interação (Scolari, 2012 *apud* Viana, 2022, p. 18).

Dessa forma, as transformações, surgimentos e eventuais extinções de mídias mudam esse ecossistema e os outros meios respondem a essa alteração, formando novas relações, de modo gradual, por meio de metamorfoses, evoluções e adaptações. De acordo com Luana Viana (2022, p. 21-22), cada meio “pode coexistir com uma versão modificada de si mesmo, como é o caso do rádio tradicional com a webradio [sic] e com o podcasting”. Com a internet, o rádio se modifica e existe em cenários distintos e simultâneos, contudo se mantém estruturado na linguagem radiofônica.

A compreensão tradicional da circulação de mídia entende o desempenho pela quantidade de consumo, como número de cópias de jornais impressos, discos vendidos, ou até mesmo pelas impressões em plataformas digitais, contudo, isso costuma se referir apenas a

distribuição que considera um fluxo unidirecional e com receptores passivos (Jenkins *et al.*, 2015). No entanto, segundo os autores, a cultura da conexão objetiva uma alteração paradigmática, uma vez que entende que a circulação é participativa, mais descentralizada, com ações institucionais bem como de pessoas e grupos que estão interagindo, podendo inclusive remixar os materiais midiáticos e, assim, formam uma rede interativa. Eles defendem que as condições tecnológicas não são o único motivo que explica uma circulação múltipla, mas que são catalisadores do processo.

Essa perspectiva entende que a aderência é o quanto um usuário tem interesse naquilo que está consumindo e a propagabilidade é o compartilhamento espontâneo gerado pelos interlocutores, que é uma das características das novas relações midiáticas. Mágda Rodrigues da Cunha (2016) alerta que, embora existam críticas semânticas direcionadas aos termos escolhidos, que Jenkins inclusive reconhece, mas que o conteúdo do termo pode auxiliar no entendimento de uma nova reconfiguração da ecologia de mídia do rádio.

Não é mais possível representar a história radiofônica e mesmo a midiática como períodos intercalados de modificação e acomodação, visto que as mudanças e os embates são constantes e gerados do uso social (Cunha, 2016). O rádio “se adaptou ao comportamento do consumidor multiconectado e participativo, diante disso, os podcasts conseguem incrementar a informação distribuindo conteúdo em diversas plataformas e direcionando a públicos específicos” (Oliveira; Kneipp, 2023, p. 374).

Esse reordenamento está sujeito ao uso cada vez mais comum das plataformas, que são “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (Poell *et al.*, 2020, p. 4). Isso significa que para entender a mudança entre distribuir podcasts em agregadores e plataformas de streaming, é necessário entender quando essas características começam a aparecer.

Segundo Thomas Poell, David Nieborg e José van Dijck (2020), o conceito de plataformação leva em consideração várias áreas, como os estudos de software, culturais, da área de negócios e da economia política crítica. Assim, a plataformação é o processo de surgimento de grandes monopólios na web, em um contexto, em que o nome “Web 2.0” foi popularizado, não por uma mudança tecnológica, mas como uma forma de começar a abrir caminhos para uma web com proprietários e não mais aberta, em que existem mercados

multilaterais em que os complementadores (como por exemplo, produtores de conteúdo e anunciantes) vão dinamizando aquela plataforma, por meio de fluxos de dados e integração de novos softwares às infraestruturas já existentes. Além disso, na platformização, as empresas globais também estendem e intensificam seu poder, com questões de exploração trabalhista e imperialismo. Os impactos das ações dos usuários também estão presentes e entender a articulação entre mudanças institucionais e apropriações culturais se faz importante, embora sejam muitos fatores a serem considerados.

Deste modo, eles definem a platformização como “a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida” (Poel *et al.*, 2020, p. 5). Eles também pontuam que a imaginação cultural sobre as plataformas e as mudanças nas práticas sociais também entram nesse escopo. Assim, as plataformas digitais de streaming que tomaram o lugar dos agregadores não só disponibilizam os podcasts, mas também mudam as relações trabalhistas e culturais referentes à essa prática. Os podcasters são complementadores que, muitas vezes, não são remunerados, o que é uma grande tensão dentro da área.

A platformização dos podcasts ocorre “após inúmeros experimentos acerca da distribuição de arquivos de áudio, na década de 2010, foram criadas as plataformas de streaming, como o Spotify, Deezer, SoundCloud, Castbox, Google Podcasts” (Figueira; Bevílaqua, 2022, p. 123). Os autores explicam que até aquele momento, as plataformas de streaming eram usadas somente para compartilhamento de vídeos e que ao englobarem podcasts em seu escopo, foi um fator que aumentou a popularidade do fenômeno, porém que o inverso também ocorreu: as plataformas também ganharam mais visibilidade por causa dos podcasts. Segundo Santos (2020), em uma consulta no Google Trends entre 2017 e 2019, o Spotify, Deezer, Apple Podcasts e Google Podcasts são as plataformas que possuem alcance e ele atribui isso também ao acesso pelo celular, sem necessitar de um navegador para acessar um site para consumir os programas.

Kischinhevsky (2024) elucida que as plataformas também se apoiam no crescimento dos lucros por meio da mineração de dados, da inteligência artificial e da personalização derivada da necessidade criar perfis e é necessário levar isso em conta para analisar o reordenamento do mercado sonoro e do rádio. A platformização é um elemento fundamental para a ecologia de mídia atual, já que a orientação pelos sistemas algorítmicos, sistemas de

recomendação e dataficação das ações on-line (Van Dijck *et al.*, 2018) afetam o ecossistema do processo comunicativo.

Nesse contexto, o podcast é uma mídia específica que não é apenas um áudio digital, mas tem componentes que o caracterizam como produto radiofônico e está inserido nessa ecologia dos meios de comunicação. Compreender a interação entre código, conteúdo, hardware, algoritmos, dispositivos e usuários nas plataformas de streaming permite olhar para as características de uma nova audiência (Lopez *et al.*, 2023, p. 837). Os autores caracterizam a escuta platformizada com cinco dimensões: maratona de escuta; fidelidade da audiência; práticas de recomendação; playlists e consumo cruzado de dispositivos em arquiteturas multiplataforma.

Debora Lopez, Natalia Cortez, Carlos Jáuregui e Marcelo Freire (2023) conceituam que maratonar um podcast é escutar vários episódios em sequência, o que pode aumentar a sensação de proximidade entre o conteúdo sonoro e os seus ouvintes, pelo potencial imersivo e pela quebra do consumo serializado. Este se constitui por meio de divisões da narrativa com ganchos dramáticos, para prender a atenção da narrativa. Como na maratona de escuta o interlocutor consome sequencialmente todos os episódios, essa divisão em partes menores e chamativas não ocorre; pelo contrário, os personagens, os argumentos e os cenários do podcast fazem parte do cotidiano de quem ouvir nessa modalidade.

Já a fidelidade de audiência (Lopez *et al.*, 2023) se refere a uma adaptação de um fenômeno que já ocorria anteriormente, uma vez que o rádio historicamente tem uma audiência engajada e fiel, que tinha uma tendência de acompanhar apenas a sua emissora preferida e presentear os apresentadores, por exemplo. Com um contexto de escuta platformizada, não há mais uma recusa a ouvir outros programas, mas há novos elementos que permitem identificar a fidelidade do público, como a própria escuta maratonizada; a interação com grupos que também se interessam pelo tema, dentro do fenômeno de hipersegmentação e o consumo dos outros produtos radiofônicos citados pelos podcasters que o ouvinte acompanha.

Nesse sentido, os autores explicam que os sistemas de recomendação das plataformas usam recursos como “processos de correlação, induções de perfis e constituição de gêneros e grupos, criados com base em regras prévias, além de outras estratégias que se relacionam com

as combinações destas primeiras” (Lopez *et al.*, 2023, p. 845, tradução própria)¹. Assim, os algoritmos, que inclusive podem se autocorrigir, podem oferecer podcasts, músicas e outros recursos de forma personalizada. O texto baseou-se nos conceitos de Adomavicius e Tuzhilin (2005) para definir três tipos de recomendação possível: baseada em conteúdo, recomendação colaborativa e híbrida. A primeira é a análise das preferências já definidas pelo usuário, a segunda se baseia no que pessoas com gosto parecido gostaram anteriormente e a terceira é uma combinação dos dois. Desse modo, as interações entre agentes humanos e não-humanos ficam cada vez mais interconectadas.

As playlists estão inseridas nessa dinâmica de recomendação, porém de uma maneira que permite uma interligação da própria audiência, não se limitando a um espaço geográfico ou temporal (Lopez *et al.*, 2023). Ao selecionar, incluir ou excluir músicas e podcasts de uma playlist, os usuários compartilham definições conceituais, categorizações, o que cria vínculos e partilha de experiências. Essa seleção do que entra na lista do que é divulgado não é mais feita apenas a partir dos produtores de rádio e o alcance desse tipo de catálogo é mediado algorítmicamente, chegando a pessoas que possuem os mesmos interesses.

Por fim, o consumo entre dispositivos em arquiteturas multiplataforma é uma característica muito importante, pois compreende a possibilidade não só de “acesso a podcasts por meio das tecnologias 3G, 4G, 5G, via smartphones e tablets, que se estendem a fones de ouvido, aparelhos de som e dispositivos automotivos, entre outros” (Lopez *et al.*, 2023, p. 847, tradução própria), mas também por meio de computadores por meio do wi-fi outro tipo de conexão, bem como acesso offline, ou seja, a reprodução sem internet. A plataforma tem uma responsividade de interface para cada tipo de dispositivo, ou seja, uma forma de reorganização das informações na tela para serem compreendidas do melhor modo possível e isso gera novas alternativas e novos momentos para que os podcasts sejam consumidos no dia-a-dia.

A maratona de escuta, a fidelidade da audiência, as práticas de recomendação, as playlists e o consumo cruzado de dispositivos em arquiteturas multiplataforma interagem entre si dentro da ecologia da mídia. Lopez, Cortez, Jáuregui e Freire (2023) explicam que outras possibilidades surgem na escuta platformizada, como a escuta coletiva síncrona, que podem surgir por meio de escutas em grupo ou por meio das watch parties², por exemplo.

¹ correlation processes, inductions of profiles and constitution of genres and groups, created based on previous rules, in addition to other strategies that relate to the combinations of these first.

² Uma watch party é uma experiência de exibição simultânea de mídias ou transmissões online por um grupo de pessoas que, embora estejam em locais distintos, assistem ao mesmo conteúdo em tempo real. Funciona como

Assim, é necessário entender com mais delimitação o que é podcast e podcasting e quais são suas características.

1.2. Podcast e podcasting

O podcasting nasce num contexto de interação do rádio com a internet. Esse processo de integração é denominado de rádio hipermidiático (Lopez, 2009) e expandido (Kischinhevsky, 2016). Durante o início desse fenômeno, também eram muito presentes debates sobre a convergência midiática, que se complexificou e modificou-se para novas perspectivas, como a ecologia de mídia e a cultura da conexão.

Segundo Debora Lopez (2009), o rádio hipermidiático é baseado em uma narrativa sonora, porém possui recursos multimídia e multiplataforma. A autora ressalta que “o áudio, em rádio hipermidiático, se mantém como a ferramenta central de transmissão de informações. Mas agora se permite lançar mão, sem temer perder espaço ou identidade, de novas ferramentas e estratégias, compondo uma narrativa própria”. (Lopez, 2009, p. 207)

Essa perspectiva vai ao encontro da defendida por Marcelo Kischinhevsky (2016), que entende que “o rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música” (Kischinhevsky, 2016, p. 13). Isso acarreta em formas diversificadas de transmissão e consumo por meio de vários dispositivos. A expansão do rádio atinge tanto os aparatos materiais como a transmissão e distribuição dos produtos radiofônicos.

É necessário, então, compreender que mesmo que os produtos radiofônicos se encontrem em mídias digitais, ainda possuem uma espinha dorsal sonora que o caracteriza (Viana; Lopez, 2015). Para as autoras, anteriormente o acesso às transmissões acontecia apenas por aparelhos de rádio, geralmente ao vivo, de forma síncrona e em broadcast, que é quando a emissão é centralizada e a programação chega continuamente para pessoas que estão em lugares diferentes. Num contexto virtual, há uma mudança que possibilita que esse processo seja feito mais personalizado, de forma assíncrona e on demand, ou seja, programas

um “cinema virtual”, permitindo que todos acompanhem juntos e interajam por meio de comentários e conversas durante a exibição.

radiofônicos que são consumidos por meio de solicitação do usuário, que escolhe o quer e quando quer ouvir, como no podcast.

Lúcio Luiz e Pablo de Assis (2010) definem podcasting como um modo de transmissão de arquivo de áudio ou mesmo vídeo através da internet, em que a escuta se dá em algum aparelho que tenha capacidade de reprodução do formato. Eles também compreendem que o termo podcast pode se referir tanto a um episódio quanto ao conjunto dos episódios, que são transmitidos via podcasting. Para executar esse processo, não há necessidade de concessão ou regulamentação, o que o difere também do rádio hertziano (Castro, 2005). A autora ressalta também que a plasticidade dos meios digitais impacta tanto a produção como o consumo do rádio. Se por um lado, não é mais um requisito estar em uma emissora para produzir conteúdos no rádio expandido, o que aumenta a possibilidade de se abordar interesses diversos; por outro, o público também tem uma facilidade no consumo, já que não precisa mais de aparelhos específicos para consumir vários tipos de mídia, uma vez que agora elas se encontram num dispositivo unificado.

Kischinhevsky (2024) explicita que, nos primeiros anos do surgimento do podcast, ele foi visto como uma forma de libertação das produções em relação a grandes emissoras, já que não precisaria mais da concessão radiofônica. No entanto, duas décadas depois, ele aponta que é observado um movimento das empresas de mídia de investir milhões na área e muitas das vezes, dado que houve “uma articulação entre serviços de streaming antes dedicados exclusivamente à música e grandes grupos de comunicação, que parecem ter despertado para o potencial do podcasting” (p. 2).

Alguns dos podcasts dessas instituições figuram entre os mais ouvidos no Brasil no Spotify, como é o exemplo do programa Café da Manhã, que é uma parceria do serviço de streaming com o Grupo Folha de S. Paulo. Naftali de Oliveira Silva (2021) explica que essa produção, lançada a partir do dia 1º de janeiro de 2019, é um exemplo do modo com que os alguns veículos de imprensa se apropriam do podcast como forma de se manterem influentes.

Com a mudança no contexto de criação e circulação de podcasts, novas perspectivas sobre a profissionalização surgiram e é possível perceber que:

Se essas plataformas comerciais facilitaram o acesso ao conteúdo dos podcasts, também impulsionaram a profissionalização e os aspectos comerciais dos podcasts. Da ideia democrática e de libertação que dominava nos primeiros anos dos podcasts, desde 2012 a sua utilização vem sendo apropriada pelos grandes grupos comerciais da mídia, que têm lançado produtos que passaram a se sustentar comercialmente (Figueira; Bevílqua, 2022, p. 123).

Para Gustavo Vanassi (2007), um podcast não é qualquer lista de arquivos de áudio em um site, mesmo que tenha periodicidade, por exemplo, dado que são vários processos em confluência para que se possa caracterizar como tal. Ele estabelece quatro características para ser um podcast, que são: produção, disponibilidade, acesso e tipo de arquivo.

Vanassi entende que para a produção de um podcast não é pré-requisito possuir habilidades técnicas avançadas ou investir em equipamentos avançados, uma vez que “qualquer pessoa com um computador equipado com um microfone, fones de ouvido e uma placa de áudio com capacidade de gravação e reprodução de sons está habilitada a produzir podcasts” (p. 55). Ele também apresenta a disponibilidade, uma vez que para serem considerados podcast, os arquivos precisam estar públicos e disponibilizados na internet a todo o momento, sem sair do ar, em razão da possibilidade do ouvinte escolher o momento em que quer escutar o programa ser central. Um fator que também diferencia os podcasts é que o acesso também é possibilitado pela notificação do público quando um episódio novo é lançado. Por fim, o tipo de arquivo se referia ao tamanho do arquivo do programa, que hoje em dia é delimitado pelas plataformas de streaming.

Vanassi ainda entende o podcasting como processo midiático que tem alcance global, e que teoricamente está acessível a qualquer ouvinte, já que não há limitação de distância física, o que o diferencia do modelo de produção em outros veículos de mídia. Segundo ele, a informação é direcionada de vários emissores para um único receptor, já que este é quem define o que quer acessar dentre as opções ofertadas, todavia, isso não leva em consideração a tendência dos conglomerados de mídia figurarem entre os mais ouvidos. Maior variedade de produtos não necessariamente implica que eles partem de emissores diferentes, pois podem ser feitos pelo mesmo grupo, com segmentos diferentes. De acordo com a Statista Consumer Insights, todos os quatro podcasts brasileiros que figuraram entre os 10 mais ouvidos na latinoamérica em janeiro de 2024 são de grandes conglomerados de mídia, sendo dois deles da Globo, que, em seu site oficial, em 15 de maio de 2025, constavam 229 podcasts vinculados ao grupo.

Luana Viana (2022) também conceituou no seu texto o podcasting como “uma prática cultural e comercial que envolve os processos de produção, transmissão, circulação e consumo de podcast, sendo este último o produto resultante dessa prática”. Para Alê Primo

(2024) o podcasting também é maior que o podcast, já que interações geradas em blogs sobre o programa também fazem parte do fenômeno midiático, por exemplo.

Para Alê Primo (2022), uma característica que contrasta a experiência do podcast em relação com a radiodifusão são as imagens de capa, dado que “cada imagem oferece o potencial de ilustrar visualmente as informações sonoras” (p. 80) e a possibilidade de links externos para complementar a narrativa. Segundo ela, isso quebra a linearidade de escuta que é apresentada na programação de uma rádio, por exemplo, já que essas funcionalidades permitem uma maior distribuição das informações.

Primo também entende que o podcasting também é uma prática cultural, já que "na verdade, o podcasting vai além do áudio, incorporando imagens e navegação hipertextual³. Ou seja, mais do que tratar da escuta é preciso também discutir como o público usa suas mãos e seus olhos durante o processo" (Primo, 2024, p. 88). O público tem papel fundamental na construção do fenômeno e se relaciona com o podcast e seus elementos, construindo sentidos e significados. O consumidorativamente responde ao conteúdo do programa e o assimila de modo a conectá-lo com seu repertório e, assim, a identidade de um podcast não está desvinculada do meio digital, nem das relações sociais nas quais ele está inserido.

Por outro lado, o podcast também demonstra uma segmentação de públicos, já que os ouvintes com determinados interesses buscam não só consumir o programa, mas construir comunidades em torno do tema de interesse, e tornam-se também transmissores daquela ideia (Santana; Farias, 2017). Os autores defendem que o processo de globalização auxiliou na desvinculação da identidade dos sujeitos dos lugares, tempos e de tradições específicas, porque estão menos fixadas e unificadas e isso, por sua vez, faz com que as identificações possam ser mais políticas, plurais e diversificadas. Existe uma mudança de expectativas, já que “na sociedade industrial todos deveriam, supõe-se, gostar das mesmas coisas e compartilhar as mesmas crenças. Na sociedade pós-industrial todos os cidadãos podem construir seu estilo de vida e selecionar suas ideologias a partir de um grande número, não infinito, de escolhas” (Cunha, 2016, p. 347).

³ Além disso, o rádio permite o aspecto multi-tasking (Castro, 2005, p. 10), em que o ouvinte pode fazer outra atividade enquanto escuta o programa, já que há uma concentração difusa. Assim, ele pode escutar o episódio enquanto se ocupa de outro afazer de forma simultânea, como trabalhar, estudar, lavar louça, caminhar ou se exercitar, por exemplo. O podcast, como rádio hipermidiático (Lopez, 2009) e expandido (Kischinhevsky, 2016), também apresenta essa característica. Isso é potencializado por recursos como execução de áudio em segundo plano no dispositivo ou integrações entre aplicativos que permitem escutar um programa sonoro e indicações de GPS ao mesmo tempo, por exemplo (Lopez *et al.*, 2023, p. 839). Outros recursos que os autores apontam nesse contexto são as opções de qualidade e velocidade de áudio, que podem ser adaptadas conforme as necessidades do ouvinte.

Desse modo, as mídias e os meios digitais servem como uma ponte para que essas comunidades possam compartilhar vivências que tenham em comum. Vinícius Santana e Karina Farias (2017), ao perceberem essa fragmentação de temas e públicos no podcast por conta de seu aspecto híbrido, mas sua estrutura prioritária ainda sendo a radiofônica, entendem que “mesmo que o podcast parta de um mesmo princípio e de uma mesma técnica, a abrangência de assuntos que traz uma pulverização de conteúdo” (p. 16) e que as pessoas que os consomem podem organizar grupos sobre os programas ou seus temas para criar vínculos, fortalecer questões de identidade e utilizar o ciberespaço como forma de debate. Essa sensação de pertencimento e interlocução é historicamente associada ao rádio, que mesmo em emissoras tradicionais contava com a interação com os ouvintes, que participavam muitas das vezes ao enviar cartas, telefonar ou dar sugestões de temas (Viana; Lopez, 2015).

Essas decisões de temáticas, no entanto, perpassam a identidade editorial do programa e da empresa. Patrícia Paixão (2018) explica que alguns autores como Luiz Beltrão (1980, 2006), José Marques de Melo (2003) e Érik Neveu (2003), não há diferenciação entre linha e política editorial, sendo ambos os termos referentes ao que um veículo escolhe ou não noticiar e qual peso ele dá a cada informação dentro de uma publicação. A autora explica que já Nilson Lage (2017), Rafael Duarte Venâncio (2017) e Marcelo Bronosky (2017) entendem uma distinção entre política e linha editorial: a primeira sendo algo mais amplo, em que constituem as ideologias e os valores norteadores de uma instituição; enquanto a segunda é a aplicação na prática, que lida com os conflitos entre interesses políticos e comerciais com o intuito de informar, gerando, muitas das vezes contradições.

Esses termos são empregados partindo do jornalismo e se adequa também aos podcasts, já que eles são desdobramentos radiofônicos. Assim, as decisões editoriais também são importantes para entender nesses produtos o que e para quem se produz, o que quer se dizer e com base em quais valores e princípios isso é feito, quem financia aquela produção e como esses fatores interagem.

Entende-se que o podcast é uma produção primordialmente sonora. De acordo com Monteiro (2018), ao criar uma identidade sonora é preciso “percorrer diferentes processos de trabalho como a idealização, composição, execução e produção de todos os elementos sonoros associados.” Estes também poderiam ser chamados de “peças”, “elementos da identidade sonora” ou “constituintes da identidade sonora”.

Alguns deles poderiam ser voltados para a voz, como sotaques, entonações, pausas, tom e ritmo ou mesmo a ausência e presença de voz, efeitos como distorção; outros, para o conteúdo falado, como onomatopeias, contrastes e singularidades linguísticas, gírias; além de um ambiente sonoro que pode ser feito por meio de músicas, sons de instrumentos e ruídos, bem como estruturas como vinhetas, sound logo, jingles e spots publicitários. Essas unidades são articuladas de forma a combinar possibilidades e reforçam ao ouvinte direta ou indiretamente a ideias centrais que aquele programa quer transmitir, seja por meio de repetição, associação ou encadeamentos narrativos.

Monteiro também entende que a melhor maneira de perceber a eficácia do processo de implementação de uma identidade sonora num programa de rádio “seria através da exposição do nosso resultado final a outras pessoas, e a partir daí obter um feedback que nos permita avaliar todo o nosso processo de trabalho”. Ademais, ele conclui que é necessário ter coerência estética, ideológica e contextual entre os elementos sonoros de uma obra, para ser funcional e manter os valores que o programa adquire e quer passar.

Segundo Matheus Maritan e Debora Lopez (2020), “definir a identidade por si só pode resultar em um trabalho bem complexo” (p. 4), porque há diversos fatores que influenciam nisso. Ao analisar duas emissoras musicais de rádio sediadas em Belo Horizonte buscaram propor o conceito de identidade sonora apoiando-se no gênero, no formato e na programação. Para perceber o que é gênero, eles utilizaram as classificações feitas por Kaplún (2017, p. 122); que podem ser musicais ou faladas, estas divididas entre monólogo, diálogo ou drama. Já o formato foi mais inspirado pelos apontamentos de Ferraretto (2014), em que os autores entendem regras e padrões de tempo, como horários, intervalos e número de músicas em um bloco, por exemplo. Por fim, a programação, que é o sentido das atrações apresentadas, também baseado em Ferraretto (2014), que propõe a divisão entre programação linear (atrações homogêneas), mosaico (ecléticas) e em fluxo (organizadas de acordo com o gênero).

Esses fatores da produção de programas radiofônicos estão atrelados a uma outra esfera, em que “a palavra mediada ganha referenciais simbólicos e se insere no sistema das representações entre aquilo que é veiculado e o que é escutado, contexto que envolve o conhecimento de mundo, repertório lexical e semântico, além da experiência estética do ouvinte” (Gomes, 2006, p. 2). O consumidorativamente responde ao conteúdo do programa e o assimila de modo a conectá-lo com seu repertório e, assim, a identidade de um podcast não está desvinculada do meio digital, nem das relações sociais nas quais ele está inserido.

Assim, é necessário pensar que a identidade não é mais pensada somente de forma sonora, mas também na parte imagética e textual, adaptando-se a diferentes formatos, mas sem perder as características de narrativa radiofônica. Para Marcelo Kischinhevsky e Cláudia Figueiredo Modesto (2014), elementos parassonoros, isto é, para além dos sonoros estão presentes nas produções radiofônicas nesse novo contexto. De acordo com eles, são elementos parassonoros:

Fotos, vídeos, ícones, infográficos e outras ilustrações de sites de emissoras, toda a arquitetura de interação (botões de compartilhar, etiquetar, curtir, espaços para comentários), textos, hiperlinks, perfis de estações ou de comunicadores em serviços de microblogging e sites de relacionamento, aplicativos para web rádio ou podcasting, serviços de rádio social. (Kischinhevsky; Modesto, 2014, p. 19).

Roscéli Kochhann (2024) propõe a caracterização do produto radiofônico por dois microssistemas complementares: o sonoro, que inclui voz, palavra, locução, silêncio, música e efeitos sonoros e o parassonoro, que abrange fotos, vídeos, infográficos, textos e o design das plataformas. A interação entre esses elementos contribui para definir e qualificar os objetos empíricos nas pesquisas sobre radiofonia. O podcast, dessa maneira, conjuga a linguagem radiofônica e as características da internet também por meio dos elementos parassonoros e os seus produtores podem utilizar estratégias narrativas para potencializar esses recursos, como distribuição de material multimidiático e multiplataforma complementar (Oliveira; Kneipp, 2023). Segundo as autoras, isso gera formas de consumo que ocorrem simultaneamente, o que gera novas participações e interações com o programa, que servem não só para complementar e aprofundar as informações, mas também para ampliar o alcance e a audiência do produto em diferentes mídias.

É nesse contexto complexo de interligação entre diferentes modalidades semióticas, como a sonoridade, a escrita e a visualidade, por exemplo, e as perspectivas oferecidas pelas plataformas digitais (Lopez *et al.*, 2023, p. 839) que é possível identificar que a importância da vinculação visual é outra especificidade do podcast em relação a outras obras radiofônicas (Pérez-Maíllo *et al.*, 2022). Para eles, o desenho gráfico pode reforçar a mensagem do conteúdo que foi passado, dando um sentido de coerência ao que foi apresentado e, devido a isso, o visual serve como um adiantamento do que vai ser consumido. Assim, o ouvinte já tem uma noção do que se esperar do podcast, sendo um dos primeiros pontos de contato com aquele produto, que está em consonância com o conteúdo sonoro (Legorburu *et al.*, 2021).

Tanto esse papel simbólico da imagem, quanto a personalização decorrente desse processo são significativas para a construção da identidade de um podcast. A identidade

visual de um podcast é definida com base na identidade editorial que um programa adota, mas está inserida num contexto de estruturas de poder, associações feitas por meio de vivências individuais.

Um caso disso é o artigo “Podcasts sobre autismo: uma proposta de análise de capas”, feito por Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu, em que 5 capas de podcasts brasileiros são analisadas através dos Estudos Culturais. As narrativas visuais que foram construídas foram diferentes, já que os especialistas no tema adotaram uma estética visual focada na figura de autoridade e na área científica, enquanto quando eram programas produzidos por pessoas no espectro autista, a construção era mais subjetiva, com elementos mais diversificados. Um debate gerado pelas capas foi a utilização da cor azul como representação do autismo, já que dentro dessa comunidade é um ponto de tensão.

Conforme Gisela Castro (2005), o visual aparece no “prolongamento da escuta”, já que cria uma experiência de “ver” ou “assistir” aquele produto, ainda mais se tratando de do contexto de cultura que apela ao visual. Ela relaciona videoclipes de músicas dos Beatles com esse conceito, porém as capas de podcasts parecem seguir a mesma estrutura, como uma forma de corroborar o que é disponibilizado no programa sonoro.

Além disso, é possível perceber um debate sobre a identidade visual como etapa de produção de um podcast, como é apresentado por Soraya Fleischer e Julia Couto Mota (2021) no programa de antropologia Mundaréu. Nesse momento de estruturação dentro do podcasting, no qual se debate o nome, meios de hospedagem e divulgação, também foi documentada a preocupação com os elementos gráficos.

Dessa maneira, a identidade visual é um elemento que permeia tanto a produção, quanto o consumo de podcasts. Ela pode adiantar informações, captar a atenção inicial dos ouvintes, ser um reforço do que se é dito de forma sonora, bem como demonstrar a identidade editorial do programa ou mesmo os patrocinadores. E ainda precisa ser pensada para se adaptar aos formatos dos sites ou plataformas em que estão inseridos (Suárez-Carballo; Pérez-Maíllo, 2022).

2. Apropriações da tecnologia no rádio

A história do rádio remonta eventos ainda no meio do século XVIII e perpassa pelo século XIX, XX e XXI. Em cada um desses momentos, as apropriações das mudanças tecnológicas repercutiram na história radiofônica, por meio da radiomorfose (Prata, 2005, p. 76) e isso pode ser percebido inclusive no caso do podcasting. O RSS, inicialmente criado para sumarizar conteúdos na web, evoluiu para integrar áudio digital (Sullivan, 2019), e esses foram os pré-requisitos tecnológicos que possibilitaram o surgimento do fenômeno. A mesma ferramenta que permitiu a anexação de áudios digitais, também permitiu a integração de imagens no arquivo XML lido pelos agregadores de RSS, portanto, desde o surgimento do podcast, existem funcionalidades que os permitiam possuir capas.

2.1. Tecnologia na história do rádio

“ (...) a evolução do rádio como meio de comunicação está diretamente relacionada às mudanças pelas quais passaram a tecnologia e os dispositivos de transmissão e consumo de informação” (Kochhann *et al.*, 2011). Para Debora Lopez (2009a), a história do rádio está também ligada às mudanças tecnológicas que datam antes mesmo da organização do jornalismo no rádio.

De acordo com ela, Benjamin Franklin propôs em 1753 o uso da eletricidade como forma de transmissão de mensagens a distância. Já o telégrafo surge com Samuel Morse, William Fothergill Cooke e Charles Wheatstone, que usaram os princípios de eletromagnetismo com o intuito de transmitir informações. A autora expõe que em 1887, o físico alemão Heinrich Rudolf Hertz comprovou a teoria desenvolvida por James K. Maxwell em 1863, o que culminou no conceito de ondas radiofônicas, também chamadas de hertzianas (Lopez, 2009b). Em 1896, Guglielmo Marconi, na Europa, patenteia o telégrafo sem fio e, no contexto brasileiro, o Pe. Landell de Moura, realizou suas primeiras transmissões de sons por meio de ondas eletromagnéticas entre 1893 e 1894 e em 1900 conseguiu sua primeira patente.

Lopez (2009b) explicou que na noite de Natal de 1906 os cientistas Reginald Fessenden e Ernest Alexanderson executaram uma transmissão de sons de violino, canto e discursos, o que demonstrou a versatilidade do rádio para além da comunicação ponto-a-ponto. Todavia, entende-se que a constituição do rádio enquanto meio de

comunicação surgiu apenas em 1916, na Marconi Company, quando David Sarnoff apresenta essa configuração e quatro anos depois surge a KDKA, primeira emissora de rádio oficial.

Luiz Artur Ferrareto (2021) demonstra que, no Brasil, esse processo remonta aos meados de 1910, em Recife, com experimentos entre amadores inspirados pela KDKA, que criam o espaço necessário para o pioneirismo Rádio Clube de Pernambuco. Isso vai de encontro ao que defende Nair Prata (2022), que reconhece que a primeira transmissão de rádio no Brasil foi feita por esse rádio clube, instalado em 6 de abril de 1919 e não pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, criada em 20 de abril de 1923, como foi amplamente difundido por muito tempo.

Na década de 1920, conhecida como “loucos anos”, a política estava em efervescência, com a “Semana de Arte Moderna, movimentos feministas, revolta tenentista, criação do Partido Comunista Brasileiro, quebra da bolsa de Nova York, entre tantos outros acontecimentos históricos determinantes para as décadas seguintes” (Prata, 2022, p. 285 - 286). Entretanto, a autora revela que mesmo com tantos eventos importantes e evoluções tecnológicas, no Brasil a taxa de analfabetismo era de por volta de 70% da população acima dos cinco anos de idade, num contexto em que as notícias eram produzidas apenas para jornais impressos. Assim, o rádio impactou profundamente a população daquela época, por democratizar o acesso não somente à informação, mas também aos programas de humor e entretenimento, por exemplo. O crescimento desse meio foi lento na década de 30, mas na década de 40 já possuía um papel predominante no cotidiano das residências (Lopez, 2009b).

O jornalismo no rádio apareceu inicialmente na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, na qual Edgar Roquette-Pinto apresentava um programa chamado Jornal da Manhã, que passava de segunda a sexta-feira (Lopez, 2009b). A autora aponta que o formato era muito diferente do que temos hoje, já que naquela época, o ritmo e o volume de produção era menor. Todas as etapas eram feitas por Roquette-Pinto, desde a seleção das notícias e curiosidades nos jornais impressos até sua leitura, contextualizando-as para os ouvintes e posteriormente, esse modelo de jornal falado foi bastante difundido no radialismo brasileiro.

Debora Lopez (2009b) evidencia que o crescimento do rádio foi lento na década de 1930, mas na década de 40 já possuía um papel predominante no cotidiano das residências. Ela explica que o jornalismo também demorou um tempo para se solidificar no rádio e na década de 1940, o Repórter Esso se consolidou como um marco. Isso começou em 1941, quando a rádio Nacional do Rio de Janeiro estreou um noticiário em que as informações eram

“atualizadas, selecionadas e convenientemente organizadas aos ouvintes” (Klöckner; Götz, 2024, p. 117), pensadas para o meio radiofônico. Os autores esclarecem que as produções, que estavam inicialmente inseridas no contexto da Segunda Guerra Mundial, tinham cinco minutos, bem como horário fixo ou extraordinário caso necessário, e intentavam alcançar a objetividade e a atualização das informações.

Eles elucidam que Repórter Esso tinha patrocínio da marca de combustíveis Esso, que era Standard Oil of New Jersey, e trazia em sua estrutura elementos que visavam tanto trazer para o Brasil o jeito estadunidense de noticiar, quanto de angariar a opinião pública para o “american way of life”, modo americano de vida. O programa foi criado por uma agência de publicidade e já estava presente em outros 14 países e sendo transmitido por 60 emissoras (Klöckner; Götz, 2024, p. 118) e durou por 27 anos, acabando na ditadura militar. Debora Lopez (2009b) cita que Heron Domingues, o principal apresentador do noticiário, escreveu a primeira redação jornalística de rádio brasileira no final da década de 1940 e nela consta funções, graus hierárquicos e práticas focadas para a produção e, nesse período, o radiojornalismo se adaptando à essas novas rotinas.

Lopez (2009b) explica que receptor de galena foi muito utilizado no início do rádio brasileiro e utilizava um óxido de chumbo em forma de cristal, que possui propriedade semicondutora que era empregada para a detecção de ondas. Nessa época, os aparelhos de rádio eram grandes e pesados, e dessa forma, consumir rádio era uma experiência familiar, já que era preciso se reunir perto do dispositivo para escutar a informação, música, esporte ou programa de entretenimento que estivesse passando, ato que raramente era feito de forma individual (Kochhann *et al.*, 2011).

Os transistores surgem em dezembro de 1947, por cientistas da Bell Telephone Laboratories que tinham “como objetivo ampliar sinais elétricos através do uso de gerânio como material semicondutor” (Lopez, 2009b, p. 4) e assim, as válvulas que eram grandes e com alto consumo energético foram suplabradas por pilhas. A autora define que isso, por consequência, trouxe portabilidade para o aparelho, e tanto o ouvinte poderia ouvir a programação em novos momentos do dia-a-dia, como fora de casa, por exemplo; quanto a equipe da rádio tinham mais mobilidade, o que por sua vez acarretou em um sistema de reportagens. Assim, mudou-se a forma do veículo se relacionar com a audiência, já que agora a escuta poderia ser individual, não mais apenas uma atividade familiar. Com a transistorização, a escuta passa a ser individual, exigindo dos comunicadores uma abordagem

mais direta e personalizada, orientada para a interação com o indivíduo enquanto pessoa singular, e não mais como parte de um ambiente familiar como era previamente estabelecido (Lopez, 2009b, p. 6). Além disso, por causa de estratégias publicitárias, ouvir rádio portátil ganhava novamente um status social.

Segundo Lopez (2009a), o transistor chega num momento em que a televisão tinha ganhado relevância e os profissionais de radionovelas, humoristas e jornalistas estavam migrando para essa nova mídia, que encantava os espectadores por possuir imagens. Como tentativa de recuperar espaço, houve um investimento no radiojornalismo, já que era possível atingir uma rápida prestação de serviços noticiosos. Havia coberturas ao vivo, mesmo com equipamentos de grande porte que precisavam de transmitir a voz do repórter via linha telefônica, o que fazia com que ele precisasse sair do local dos acontecimentos temporariamente. No Brasil, em 1948 já existiam reportagens de rua que seguiam essa estrutura.

Na década de 1950, houve produções mais caras e um crescimento nas tecnologias com equipamentos mais leves e que ocupavam menos espaço (Kochhann *et al.*, 2011). No entanto, os autores explicam que a área radiofônica perdeu funcionários e parte de sua audiência, precisando de se restabelecer. Assim, as emissoras começaram a oferecer serviços de utilidade pública, como informações sobre meteorologia, trânsito e achados e perdidos. Já os anos de 1960 foram marcados pelo início do funcionamento das rádios de frequência modulada, as FM's, que usavam canais abertos destinados à música e em que o diálogo com o público era bastante frequente. Além disso, havia uma segmentação baseada no gosto dos ouvintes. Com essas novas características, na década de 1970 o rádio saiu de uma época de grandes dificuldades.

Nesse mesmo período, as inovações manifestaram-se também nos aparelhos de rádio, que começaram a ser comercializados como dispositivos híbridos (Kochhann *et al.*, 2011). Primeiramente, esses dispositivos conjugavam rádio e toca-discos e posteriormente, incluíam também o toca-fitas. Esses modelos 3 em 1 possibilitaram que o ouvinte gravasse as músicas e programas que as emissoras veiculam e se configura como uma das primeiras formas de personalização dos conteúdos. Isso porque, de acordo com os autores, agora os próprios interlocutores poderiam montar seu próprio acervo gravado, que ainda possuía a identidade da rádio por causa das vinhetas, por exemplo, mas passava pela curadoria do gosto pessoal. Isso

reiterava a função jukebox⁴ que foi assumida pelas emissoras FM na época, dinâmica que mais tarde seria replicada na oferta online de conteúdos originalmente transmitidos por antena.

É possível observar que a consolidação da segmentação tanto da informação, quanto da programação acontece na década de 1980 (Kochhann *et al.*, 2011) e que também era possível perceber essas tendências no que tange o consumo. Segundo os autores, isso era visto, por um lado, por meio de aparelhos direcionados para a utilização individual como o walkman, que é uma progressão do “radinho companheiro” sendo híbrido de toca-fitas e rádio AM/FM; por outro, através da escuta coletiva que era feita por grupos nichados que aconteceu depois da popularização do Boom Box. Esse equipamento de alta potência, também híbrido de toca-fitas e rádio AM/FM, se tornou um símbolo de expressões culturais, principalmente no Hip Hop estadunidense. Dessa maneira, ocorreu uma reconfiguração dos perfis de consumo radiofônico, uma vez que ele não é mais restrito ao familiar, como na década de 1950 e 1960, mas também não chega a uma individualização extrema. Pelo contrário, o aparelho usado para escutar rádio e música transforma-se em um elemento de identidade de grupos socioculturais.

Além disso, o rádio se torna presente em diversos dispositivos eletrônicos do cotidiano nos anos 80, como rádios-relógios e televisões portáteis (Kochhann *et al.*, 2011). Nos rádios-relógios, por exemplo, a disposição para utilidade pública é potencializada já que incorpora funções complementares e nas televisões portáteis, amplia a conexão da informação de proximidade com as nacionais e internacionais.

Nos anos 1990, essa tendência se manteve em evidência, com o rádio se adaptando e integrando-se a novos meios e suportes tecnológicos (Ferraretto, 2007). Um exemplo marcante é a transmissão do sinal de emissoras hertzianas, independentemente de sua segmentação, tanto pela internet quanto por serviços de TV por assinatura direct to home. Nessas plataformas, surgem também canais de áudio voltados a gêneros musicais específicos e, em alguns sites, recursos que permitem ao usuário personalizar a escuta, definindo a sequência das músicas. Luiz Artur Ferraretto (2007) afirma que a internet viabilizou o surgimento de web rádios e de formatos sonoros assíncronos, como o podcasting. Bem como, para ele, tanto a incorporação de receptores de rádio aos MP3 players e celulares com acesso à

⁴ Uma jukebox é um equipamento eletrônico de reprodução musical, acionado por moedas, dinheiro ou cartão, que toca músicas escolhidas pelo usuário, a partir de um acervo próprio. Foi popular em lanchonetes, bares e espaços de entretenimento durante o século XX. Fonte: Wikipedia, [s.d.]. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Jukebox>. Acesso em 26 jul. 2025.

internet exemplificavam o avanço tecnológico que ampliou a mobilidade e facilitou novas formas de recepção, com uma nova interação entre a internet, celulares, sites no que diz respeito ao rádio.

Lopez explica que, quando surgiu, o telefone celular se transformou em uma ferramenta de apuração que otimizava a produção nas redações. Além disso, permitia que o jornalista se mantivesse no palco dos acontecimentos enquanto ele se desenrolasse, sem precisar se ausentar para transmitir a informação ao vivo. A autora ressalta ainda que a tecnologia contribuiu para a produção de conteúdo multimídia pelas emissoras de rádio, já que oferta a capacidade de registrar fotos e vídeos daquele acontecimento que está sendo veiculado. A autora analisa que a rádio também se apropriou da internet como, por exemplo, uma ferramenta para acesso a banco de dados virtuais e procura de informações, e se potencializa características como a multimidialidade e supressão dos limites de tempo, já que não é mais necessário acompanhar a programação apenas enquanto ela está sendo transmitida.

2.2. Pré-requisitos tecnológicos para o podcast: RSS e áudio digital

O som é um fenômeno físico derivado do movimento do ar, em que um emissor gera ondas de pressão mecânica que, passando pelo nosso sistema auditivo, as percebemos como som (Martínez Villar, 2020). O autor explica não só que no vácuo não há som e, portanto, para que a onda sonora seja transmitida, é necessário um meio material que possua propriedades elásticas, seja na forma líquida, sólida ou gasosa; mas também que a propagação do som é feita pela vibração das partículas no ar.

Juan Martínez Villar (2020) define o áudio analógico como a técnica e tecnologia que possibilita tanto a gravação, quanto a reprodução e transmissão do som de modo contínuo. Enquanto isso, considera o áudio digital a “técnica de reprodução, captura e transmissão de som que utiliza o sistema binário para codificar e representando a informação de um sinal analógico” (Martínez Villar, 2020, p. 17, tradução própria). Assim, todo sistema de áudio digital passa por uma etapa analógica anterior e, depois, passa por um processo de sampleamento, no qual são selecionados lugares na onda para representar em forma de números e o intervalo entre esses pontos é regular (Computer Science Lessons, 2021). Dessa forma, se divide a frequência em amostras com intervalos de tempo iguais.

A partir de 1982, com o lançamento do Compact Disc (CD), a tecnologia analógica do rádio e da indústria fonográfica passa a ser pressionada pelo mercado por armazenamento, gravação e transmissão sonora em alta resolução (Lopez *et al.*, 2024). Segundo os autores, a evolução do áudio e seus impactos nos estudos radiofônicos podem ser observados em dois eixos: formatos físicos e formatos digitais. Nos formatos físicos vinculados às tecnologias digitais, destacam-se: o CD, que foi criado em 1982 e revolucionou a indústria fonográfica, melhorou a qualidade sonora e influenciou o trabalho dos DJs; o Minidisc, lançado em 1991, que introduziu a gravação digital nas redações e altera rotinas de emissoras; e o Streaming, que surgiu em 1999 e que redefiniu e ampliou os espaços de transmissão do rádio e da música. Já nos formatos de arquivos digitais, se sobressaem: o WAV, usado em gravações profissionais sem perda de qualidade, mas com grandes arquivos; o MP3, que populariza o compartilhamento de áudio comprimido, com perdas pouco perceptíveis para um ouvinte médio, o que era importante ao se referir a um contexto de baixa conectividade; e o FLAC, que mantém a qualidade original com tamanho moderado de arquivo, sendo comum no compartilhamento de músicas e álbuns via peer to peer (ponto a ponto).

A radiomorfose (Prata, 2005, p. 76) é um neologismo que explica que o rádio é atravessado pelas evoluções tecnológicas e se transforma a partir disso, ao invés de acabar e insere “novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos” (p. 61). Logo, o rádio hipermidiático (Lopez, 2009) e expandido (Kischinhevsky, 2016) engloba características digitais, ainda mantendo como principal característica a narrativa sonora radiofônica, porém se modificando e metamorfoseando por meio dessas novas interações.

Luana Viana (2022) defende que “cada meio tem um formato específico de mensagem, com um viés próprio que difere dos vieses de outras mídias”. Entender o contexto no qual o podcasting surge e as diferentes relações estabelecidas ao longo tempo é fundamental para compreender o cenário atual das pesquisas sobre o visual no podcasting. Nesse sentido, olhamos para o RSS. Essa foi a primeira tecnologia utilizada para a distribuição dos podcasts. Segundo a RSS Advisory Board ⁵(Specification History, s.d.), organização independente que mantém o formato atualmente, o RSS se originou em 1999, com a denominação Rich Site Summary, porque funcionava como um sumário com até 15 links dos conteúdos de um site de forma padronizada, com data de publicação, um pequeno resumo e um link para cada uma das postagens.

⁵ Disponível em: <https://www.rssboard.org/rss-history>, acesso em 06 ago. 2024.

Esse sumário usava tecnologia XML (Extensible Markup Language), que é uma linguagem de marcação que possui parâmetros hierárquicos para os dados, que possibilitam sua identificação tanto por pessoas, quanto por máquinas. Ela facilita a comunicação de dados de forma textual, já que é um arquivo de texto simples, e foi empregada em diversas áreas, como na emissão de Notas Fiscais no Brasil. O XML se estrutura por meio de tags (ou etiquetas). Por exemplo, em RSS, o título fica na tag “title”, um resumo do conteúdo vai estar na tag “description” e o conteúdo em destaque fica na tag “ítem”, como demonstrado na imagem abaixo.

Figura 1 – Print do arquivo RSS do New York Times, na versão 2.0

```
<?xml version="1.0"?>
<!-- RSS generated by UserLand Frontier v9.0 on 2/13/2004; 1:
<rss version="2.0">
    <channel>
        <title>New York Times: Technology</title>
        <link>http://www.nytimes.com/pages/technology/index.t
        <description>Headlines, abstracts and links for the :
        <language>en-us</language>
        <copyright>Copyright 2004 The New York Times Company-
        <lastBuildDate>Fri, 13 Feb 2004 09:00:15 GMT</lastBu:
        <category domain="http://www.weblogs.com/rssUpdates/c
        <docs>http://backend.userland.com/rss</docs>
        <generator>UserLand Frontier v9.0</generator>
        <webMaster>webmaster@userland.com</webMaster>
        <item>
            <title>Protecting the Cellphone User's Right
            <link>http://www.nytimes.com/2004/02/05/technolo
            <description>Cellphone carriers are planning to r
            <pubDate>Fri, 13 Feb 2004 11:40:25 GMT</pubDate>
            <author>Jeffrey Selingo</author>
            <guid>http://www.nytimes.com/2004/02/05/technolo
        </item>
    </channel>
</rss>
```

Fonte: yetanotherchris, 2004.⁶

John L. Sullivan (2019) explica que a primeira versão do RSS foi desenvolvida pela Netscape e hoje é conhecida como RSS 0.9, porém, esse formato ainda é diferente do que foi usado pelos podcasts, posto que não possuía suporte para anexar áudio. Dave Winer, depois de um acordo com a Netscape, lançou uma nova versão (RSS 0.92) no ano de 2000 que modificou dois pontos centrais para essa apropriação: a retirada do limite de links e a implementação do suporte de áudio. As mudanças detalhadas da tecnologia ao longo do tempo estão disponíveis no site da RSS Advisory Board, nas páginas de histórico e de especificações.

⁶ Disponível em: <https://www.codeproject.com/Articles/6089/RSS-Reader>. Acesso em: 16 ago. 2024.

O RSS, na versão 0.9, mostrava 15 resumos de conteúdos de um site, porém, com a 0.92, os resumos de todas as postagens estavam nesse endereço digital (RSS 0.90, s.d.). Assim, quando houvesse uma nova publicação, ela já apareceria no feed RSS daquela página.

A segunda mudança do RSS 0.92 em relação ao anterior é que, por meio de uma tag denominada enclosure, “por meio do qual os endereços URL podem ser repassados para um agregador” (Sullivan, 2019, p. 4). Assim, passa-se a permitir a anexação de links de arquivos multimídia como áudios, vídeos e imagens nos ítems do canal que aparecem no feed RSS. Essa e as próximas versões são indissociáveis da história do podcasts, já que impactaram a própria constituição do fenômeno (Bottomley, 2019).

Uma ferramenta muito utilizada pelos internautas após essa versão são agregadores RSS, em que o usuário pode acompanhar diversos sites. Primeiramente, é preciso colocar o link do feed RSS daquela página no agregador, já que este, periodicamente, busca cada um dos links e, assim, constrói um feed personalizado, mostrando os conteúdos de todos os sites que o internauta escolheu. Isso possibilita que a pessoa possa encontrar a atualização dos sites que acompanha em um só lugar, ao invés de olhar um por um, manualmente (Grossnickle *et al.*, 2005).

Na imagem abaixo (Figura 2), é possível identificar o símbolo que correspondia ao RSS: laranja, com um símbolo de ondas. A informação que havia 63 leitores subscritos para receber atualizações do site em questão, que está cortado do print, era disponibilizada pelo FeedBurner, um gerenciador de feeds que surgiu em 2004.

Figura 2 – Print do símbolo RSS



Fonte: Virgulaimagem, 2006.⁷

Já em 2008, o construtor de sites Blogger, que pertencia ao Google, disponibilizou a possibilidade de colocar links RSS em todos os domínios criados com a ferramenta (Figura

⁷ Disponível em: <https://virgulaimagem.redezero.org/como-adicionar-um-rss-feed-no-bloglines/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

3). Isso demonstra que esse elemento ganhou notoriedade o suficiente para ser incluído em atualizações de ferramentas de construção de sites.

Figura 3 – Print da janela de gadgets do Blogger in Draft

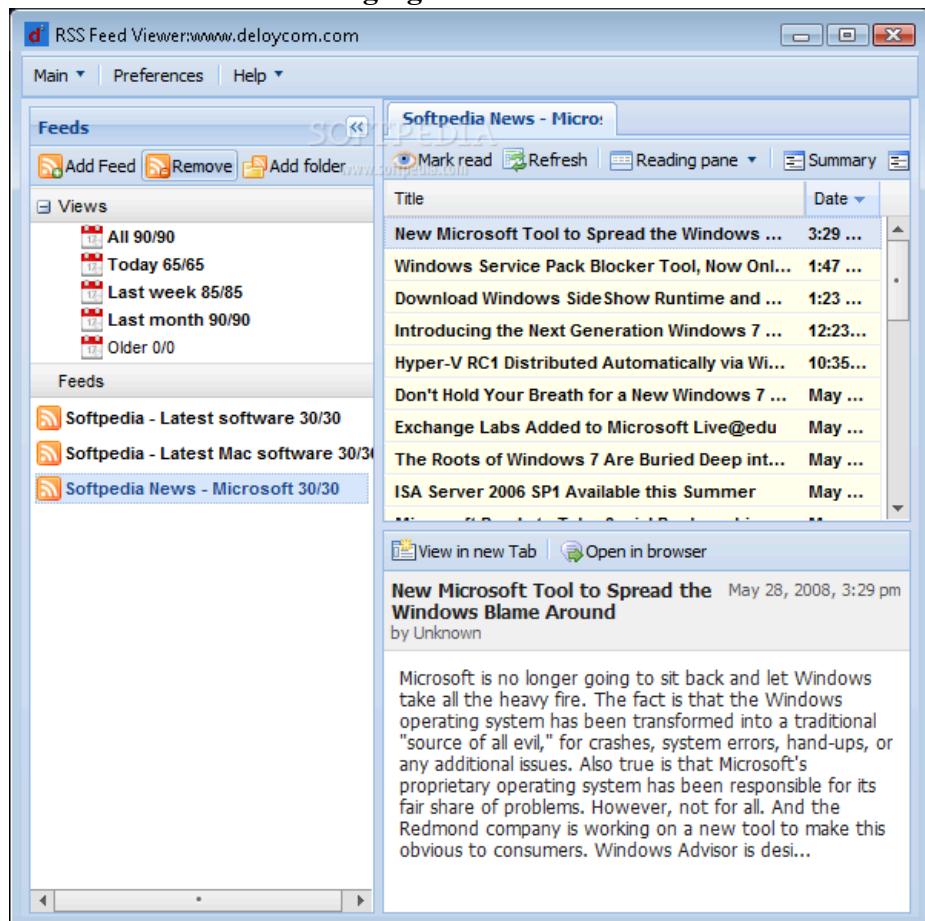


Fonte: Sílvio Cabral, 2008.⁸

O feed de agregadores de blog muitas das vezes se estruturava de maneira a possibilitar algumas interações: leitura rápida das atualizações dos sites, com data e horário de publicação; adicionar ou remover um feed e quais eram aqueles que o usuário estava inscrito e definição do tempo entre as atualizações do feed. Essas características podem ser percebidas nos prints da tela do RSS Feed Viewer (Figura 4), que serviam como imagens de divulgação dessa ferramenta.

⁸ Disponível em: <https://macmagazine.com.br/post/2008/07/01/blogger-in-draft-novidades-do-google-para-seus-blogueiros/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

Figura 4 – Print de divulgação de um feed personalizado no RSS Feed Viewer, um agregador de RSS

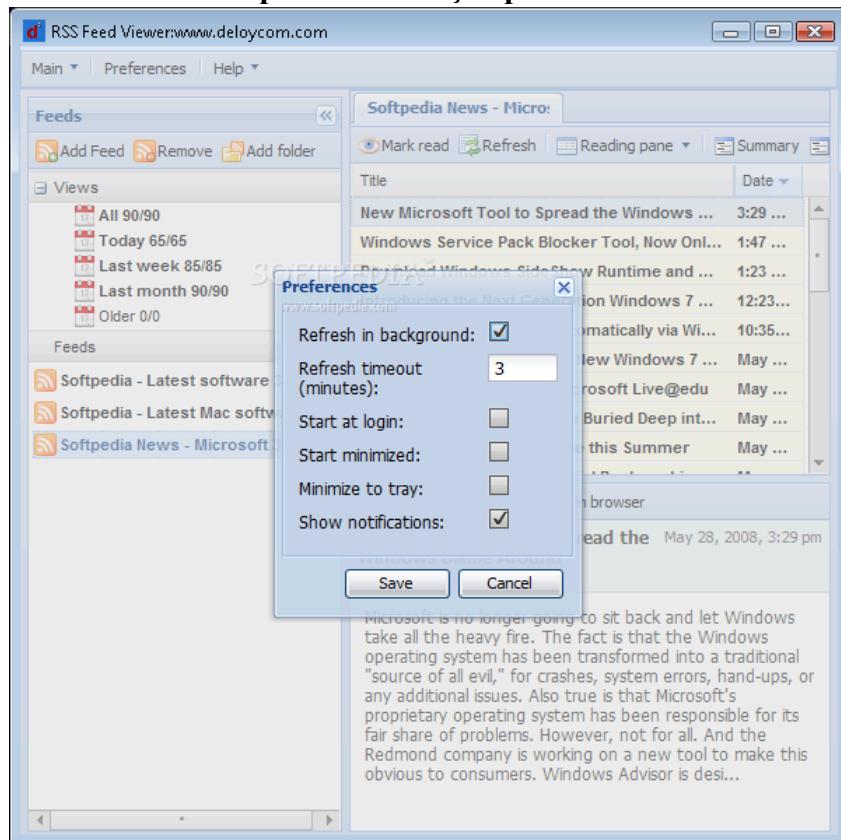


Fonte: Elena Opris, 2008.⁹

A personalização do tempo entre as atualizações do feed poderia ser feita na aba de preferências, na unidade de minutos (Figura 5). Havia também a opção de receber notificações a cada nova publicação que chegasse na página do usuário, com base nas inscrições feitas. Essas duas funcionalidades permitiam uma maior dinamicidade nas informações, que chegavam aos internautas de uma forma mais rápida e com avisos quando isso ocorria.

⁹ Disponível em: https://www.softpedia.com/get/Internet/News-Newsgroups-Blog-Tools/RSS-Feed-Viewer.shtml#sgal_1. Acesso em: 16 ago. 2024.

Figura 5 – Print do tempo de atualização periódica do RSS Feed Viewer



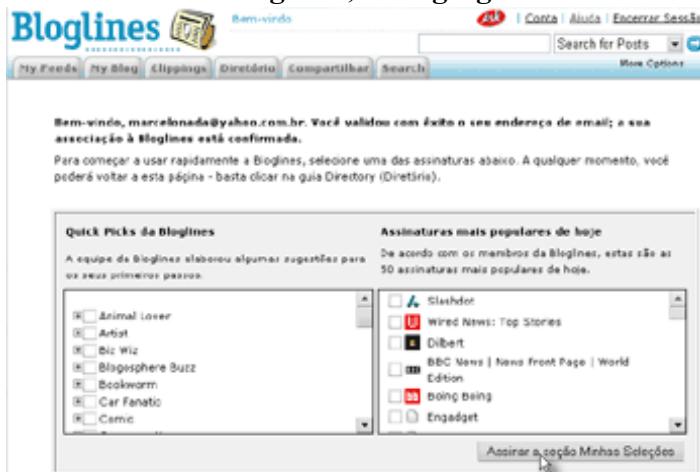
Fonte: Elena Opris, 2008.¹⁰

Este momento marca uma mudança no paradigma comunicacional, na medida em que o usuário não precisa ir ativamente atrás de atualizações de informações, mas elas chegam até ele. Alguns agregadores, como o Yahoo, eram mais voltados para feeds de texto; enquanto outros, como o Ippoder ou Itunes, eram mais voltados para feeds de áudio. Os primeiros agregadores de áudio surgiram por volta de 2003 (Sullivan, 2019), funcionando de uma forma muito similar aos agregadores de blogs.

O Bloglines era um serviço de agregador de texto online gratuito, sem necessidade de instalação de software e podia ser acessado de qualquer computador ou celular com acesso à internet (Bertolucci, 2006). Como é possível perceber na imagem a seguir (Figura 6), de 2006, algumas das assinaturas já eram acompanhadas do logotipo do site correspondente, em tamanho pequeno, ao lado esquerdo do nome.

¹⁰ Disponível em: https://www.softpedia.com/get/Internet/News-Newsgroups-Blog-Tools/RSS-Feed-Viewer.shtml#sgal_1. Acesso em: 16 ago. 2024.

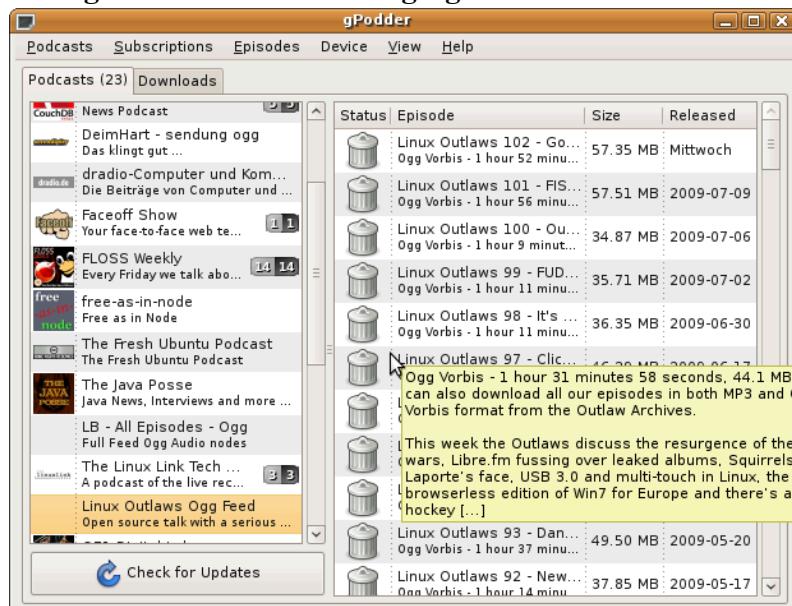
Figura 6 – Print do Bloglines, um agregador de feed de texto



Fonte: Virgulaimagem, 2006.¹¹

Já no caso do gPodder, software de fonte aberta em desenvolvimento desde 2005 (gPodder, s.d.), ele não possuía um player, sendo necessário baixar um externo e sincronizar o agregador com ele, e assim, todos os podcasts baixados eram exibidos numa lista (Figura 7). Enquanto isso, outros agregadores de RSS já vinham com esse player e faziam esse processo internamente. Mesmo em 2009, já era possível perceber a presença de capas nos podcasts que estavam sendo exibidos na tela desse aplicativo.

Figura 7 – Print do um agregador de feed de áudio



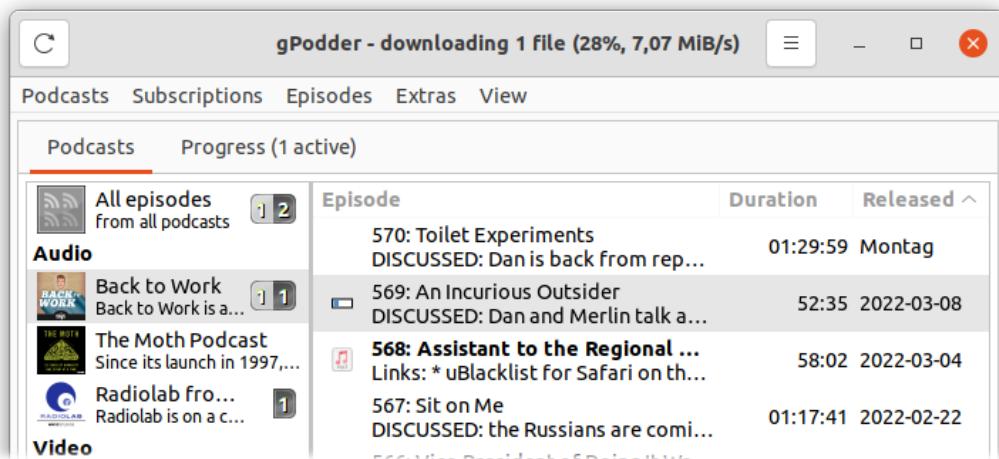
Fonte: von Bernd S, 2009.¹²

¹¹ Disponível em: <https://virgulaimagem.redezero.org/como-adicionar-um-rss-feed-no-bloglines/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

¹² Disponível em: <https://www.ubuntuverse.at/2009/08/11/gpodder-a-free-podcast-aggregator/>. Acesso em: 16 ago. 2024.

No próprio site do gPodder, há um print de tela feito em 24 de março de 2022 (Figura 8). A estrutura da interface foi mantida, mas com novas funcionalidades como a possibilidade de visualizar videocasts. As capas continuaram na parte esquerda da tela, no formato quadrado, num tamanho similar ao que era em 2009.

Figura 8 – Print de um agregador de feed de áudio



Fonte: gPodder, 2022.¹³

Já na imagem a seguir (Figura 9), é possível identificar o player integrado no agregador, pois há um botão para reprodução do áudio. Isso facilitava ainda mais o processo para os ouvintes, pois englobava em um apenas um lugar todas funcionalidades necessárias para encontrar as atualizações dos programas de podcast, baixá-los e escutá-los.

Figura 9 – Print de um agregador de áudio com player embutido



Fonte: Imagem cedida por Marcelo Freire, s.d.

¹³ Disponível em: <https://gpodder.github.io/>. Acesso em: 31 jul. 2025.

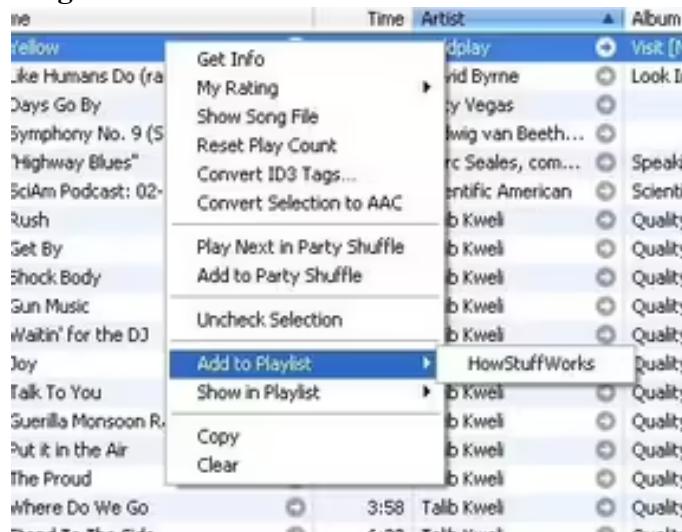
Em 2002, Winer publicou o RSS 2.0, e retirou as versões 0.93 e 0.94 do ar. A sigla RSS foi renomeada para Really Simple Syndication, porque o seu uso não era mais apenas o de sumarizar os conteúdos web, mas disponibilizar o conteúdo de um site em outro site, o que é chamado de “web syndication”. Dentre elas, um outro tipo de Web Syndication é o AtoM, acrônimo de Access to Memory, que foi desenvolvido justamente para ser uma alternativa ao RSS.

Concomitantemente, em 2000, surgiram os audioblogs, em que arquivos de áudio comprimidos podiam ser compartilhados mesmo com a pouca velocidade de internet do período¹⁴ (Beckstead *et al.*, 2024). Assim, a articulação de diferentes tecnologias (XML, RSS, audioblogging) foi fundamental para a constituição do podcasting. Segundo Isabel Gutiérrez Porlán e M^a Trinidad Rodríguez Cifuentes (2010), em 2004, o jornalista Ben Hammersley usou o termo “podcasting” pela primeira vez, no jornal britânico The Guardian. A parte “pod” surgiu como uma contração de “portable device”, ou seja, dispositivo portátil e “casting” vem de “broadcasting”, que se trata de um modo de difusão e transmissão. Desta maneira, o próprio nome do fenômeno deriva de uma interlocução tecnológica.

Em 2005, a Apple implementou o suporte RSS à iTunes Music Stores. Encontrar e fazer o download de podcasts ficou mais intuitivo, uma vez que eles já ficavam disponibilizados na loja iTunes, como mostra a imagem abaixo. Vários agregadores de podcast surgiram nesse período, posto que o RSS era descentralizado. O iTunes funcionava como uma espécie de biblioteca pessoal, na qual o usuário poderia organizar filmes, audiobooks e podcasts, músicas (Layton; Strickland, 2006). De acordo com essa publicação de blog, era possível tanto comprar o que era disponibilizado pela Apple Store, quanto importar seus próprios arquivos, além de criar playlists com esses arquivos (Figura 10).

¹⁴ No ano de 2000, a velocidade de conexão de internet no Brasil era de em torno de 56 Kbps e baixar um arquivo de 20 MB demorava mais de uma hora. Em 2010, já eram oferecidas conexões ultrabanda larga que chegavam até 100 Mbps, que eram por volta de 1,8 mil vezes mais rápidas que as oferecidas dez anos antes. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/5540-a-velocidade-da-internet-ao-redor-do-mundo-em-2010.htm>. Acesso em 18 set. 2024.

Figura 10 – Print de funcionalidades do iTunes



Fonte: Layton; Strickland, 2006.¹⁵

Havia uma seção de podcasts nesse aplicativo, na qual era possível navegar por vários programas e se inscrever neles, para receber os próximos. Em 2005, as capas de podcast já estavam em evidência na interface do iTunes, como se pode perceber na imagem a seguir.

Figura 11 – Print do iTunes na versão 4.9, em junho de 2005



Fonte: Sullivan, 2019.¹⁶

¹⁵ Disponível em: <https://electronics.howstuffworks.com/itunes.htm>. Acesso em: 26 jul. 2025

¹⁶ Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2056305119880002>. Acesso em: 12 set. 2024.

Se por um lado, o consumo de podcasts se tornou mais acessível para pessoas que não estavam integradas à discussões tecnológicas (Sullivan, 2019), por outro, é preciso considerar as dificuldades no acesso à internet. Mesmo quando ele existe, seus usos estão relacionados a contextos socioeconômicos, como localização geográfica, classe social, gênero, idade, entre outros. Entretanto, há poucos estudos empíricos sobre inclusão digital (Senne *et al.*, 2020, p. 191), já que há uma falta de uma perspectiva multidimensional associada à “outra limitação, de ordem metodológica, é a disponibilidade de séries históricas robustas sobre acesso, uso e apropriação das TIC¹⁷”. Assim, embora houvesse um processo de maior acessibilização do podcast, não foi universal e nem separada de contextos sociais e políticos.

Segundo o White Paper da Yahoo! com a Ipsos Insight (Grossnickle *et al.*, 2005), 27% dos usuários estadunidenses da internet eram usuários inconscientes de RSS, ou seja, utilizavam a tecnologia sem conhecer o seu funcionamento, enquanto apenas 12% conheciam o termo e 4% eram usuários conscientes. Para os autores, isso significava que mesmo usuários que não tivessem aptidão com a área tecnológica conseguiam utilizar o RSS e, mesmo os que tinham, preferiam interfaces amigáveis.

Entretanto, essa pesquisa de mercado apresenta categorias com critérios arbitrários e estereotipados, como colocar “homem, jovens, instruídos e ricos” como “um perfil típico de conhcedores de tecnologia”. Em contrapartida, consideraram que os usuários inconscientes se assemelhavam à população dominante da Internet, que não foi explicitado na interpretação dos dados, mas na tabela consta como maioria feminina (52%). Além disso, essa pesquisa não explicou em quais dados se baseou para fazer as comparações e nem outros parâmetros que influenciam esses dados, como etnia e região geográfica dos usuários. A falta de transparência sobre as fontes das informações, os métodos de pesquisa e os critérios de classificação demonstram inconsistências de pesquisa em que as informações oferecidas se tornam imprecisas e não-confiáveis, com um viés de pesquisa bem evidente.

Ademais, a tecnologia RSS não foi empregada apenas nos casos debatidos. Foi usada para auxiliar a propagação de alertas de emergência, como no caso da Organização Europeia para a Investigação Nuclear (Otto, 2008). Na área da educação, foi utilizada como mural de sala de aula, (Hendron, 2008) embora tenha tido pouca adesão (Lee *et al.*, 2008) e como fonte de aperfeiçoamento em áreas como docência e aprendizado de música. Na biblioteconomia, debates surgiram tanto sobre a importância dos bibliotecários se atualizarem sobre a

¹⁷ Sigla que abrevia “Tecnologia da Informação e Comunicação”.

tecnologia (Wu; Li, 2006), quanto, já mais recentemente, estudos sobre o resultado disso em instituições privadas no estado de Osun, Nigéria (Igbinlola; Olatunde, 2023). Por fim, em 2024, houve uma análise do emprego de RSS para atualização e disseminação de informações durante a pandemia de Covid-19 (Michán-Aguirre; Romero-Pérez, 2024).

Ainda hoje é possível assinar blogs por RSS e, a partir de 2021, o Google Chrome para Android viabiliza a personalização de notícias na sua página inicial por meio da ferramenta. Nas plataformas de streaming, essa tecnologia se manteve presente e um exemplo disso é o Spotify para Podcasters, posto que ele possibilita não só um feed RSS para compartilhamento do seu podcast que está na plataforma, mas também colocar nela podcasts externos por meio de um feed RSS externo.

Em estudo anterior, propomos uma periodização dessa tecnologia, com períodos denominados como: Sumarização, Integração Multimídia, Curadoria Social e Mediação Algorítmica (Gariglio *et al.*, 2024). Na sumarização (1999), o RSS era limitado, mas já causava impactos pela inovação de resumir informações de conteúdos em uma página. Na Integração Multimídia (2000), esse sistema de indexação começou a permitir áudios e, por consequência, cria um ambiente mais propício ao podcasting. Na Curadoria Social (2002), os agregadores de RSS na web 2.0 possibilitavam que os usuários categorizassem conteúdos por meio de social tagging e social bookmark. Por fim, na Mediação Algorítmica (2007), o contexto anterior não é rompido, mas reapropriado, uma vez que as plataformas, em especial as de áudio, integram a tecnologia em seu funcionamento, articulando-a com os algoritmos que regem as lógicas platformizadas.

No contexto brasileiro, as pesquisas sobre objetos radiofônicos são múltiplas, uma vez que, o rádio é um meio que se comunica através do áudio, mas tem várias facetas (Kochhann, 2024). Compreender como a área acadêmica se forma e se consolida é relevante para interpretar a conjuntura do interesse sobre determinados assuntos, o suporte e os espaços destinados para esses debates, ou a falta deles. Assim, interligar a história das tecnologias radiofônicas com os estudos nessa área e relacionar isso com os resultados da revisão sistemática sobre capas de podcast se mostra um caminho para analisar o lugar dessas pesquisas nessa ecologia midiática. A “pesquisa da pesquisa” possibilita compreender um campo científico em duas dimensões complementares (Almeida, 2018). Segundo a autora, sob uma perspectiva diacrônica, permite mapear a organização e a evolução histórica das investigações, identificando conceitos, teorias e objetos mais recorrentes, bem como lacunas

temáticas, além de oferecer parâmetros para avaliar a trajetória da área. Já pela perspectiva sincrônica, possibilita observar o panorama atual, delimitando objetos de estudo e evidenciando a configuração presente da produção científica.

3. História dos estudos radiofônicos brasileiros

Compreender como foi o processo de surgimento e consolidação dos trabalhos acadêmicos do rádio é relevante, uma vez que “ignorar a história da pesquisa, portanto, é prescindir do entendimento paradigmático que mobiliza a construção do conhecimento sobre uma área” (Almeida, 2018, p. 77). Os estudos radiofônicos brasileiros englobam uma diversidade de esferas científicas, como as produções feitas tanto nas graduações e Programas de Pós-Graduação, quanto em revistas especializadas, congressos, eventos, redes de pesquisadores, grupos de pesquisa, de trabalho e de interesse. De acordo com Kischinhevsky *et al.* (2021), a pesquisa brasileira em rádio e mídia sonora tem se consolidado e vem sendo reconhecida internacionalmente.

3.1. Surgimento e consolidação da pesquisa radiofônica no Brasil

O ensino superior brasileiro origina-se pela violenta herança colonial, já que os primeiros cursos foram fundados em 1808, depois da vinda da família real portuguesa ao Brasil, que fugia das tropas de Napoleão (Kischinhevsky *et al.*, 2021). Os autores explicitam que em 1930, mais de um século depois, o processo de ingresso nessas instituições ainda era elitista, excludente e racista, e nessa época, havia somente por volta de 30 mil pessoas matriculadas nas universidades do país. Eles explicam que nos anos 1940, são criadas algumas poucas primeiras formações em Jornalismo e no período da ditadura militar (1964-1985) propostas inovadoras foram barradas, como Escola de Comunicação de Massa situada na então recém-criada Universidade de Brasília (UnB). Contudo, existiu um incentivo para a fundação de cursos Comunicação Social, baseados no ideal de comunicador polivalente. Os dados sobre ensino superior ao longo dos anos não são confiáveis por causa das mudanças de parâmetro, entretanto, no decorrer de uma década, as matrículas na educação universitária passaram de 278 mil em 1968 para 1,2 milhão entre 1968 e 1978. Isso ocorreu concomitantemente ao “milagre econômico”, que foi um “processo de modernização autoritária liderado pela ditadura militar, e pode ter relação com a implantação do Programa de Crédito Educativo (Credic), em 1976” (Kischinhevsky *et al.*, 2021, p. 11-12).

Kischinhevsky *et al.* (2021) revelam que nesse período e nas décadas seguintes, havia uma dicotomia entre uma parte do corpo docente ser constituída por mestres e doutores, e a outra ser formada por profissionais do mercado de trabalho que frequentemente possuíam

apenas o bacharelado como título acadêmico. Eles também informam que no período da redemocratização, nas décadas de 1980 e 1990, o ensino superior cresceu no Brasil, incluindo a área de Comunicação. No final do século XX, por volta de 2 milhões de pessoas estavam matriculadas em instituições de formação acadêmica, o maior número até o momento, mas ainda proporcionalmente pequeno em relação ao total da população que era de 170 milhões. Para os autores, as políticas de inclusão e expansão feitas nos governos Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) e Dilma Rousseff (2011-2016) aumentaram esse número em 4 vezes até 2016, chegando a 8 milhões. Em 2018 existiam quase 600 cursos na área de Comunicação no país, que ofertavam 86 mil vagas por ano, porém não havia regularidade na quantidade de disciplinas radiofônicas ofertadas por cada universidade. Esse crescimento nas graduações de Comunicação gerou mais demanda por professores especializados e estimulou, por conseguinte, a pós-graduação stricto sensu.

Dóris Fagundes Haussen (2011) anunciou no Congresso da Intercom de 2011, no Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora¹⁸, que no final dos anos 1980 havia apenas 5 Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOMs) no país, o que é confirmado pelo relatório Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil 2011/2012, feito por Maria Immacolata Vassallo Lopes e Richard Romancini. No texto, é mostrado que os primeiros PPGCOMs são criados na década de 1970, sendo eles nas universidades: USP, com mestrado em 1972 e doutorado em 1980; UFRJ, com mestrado em 1972 e doutorado em 1983; UnB, com mestrado em 1974 doutorado em 2003); PUC-SP, com mestrado em 1978 e doutorado em 1995 e UMESP, com mestrado em 1978, e doutorado em 1995. Todos esses programas são centrados no eixo Rio-São Paulo. Kischinhevsky *et al.* (2021) relatam que até os anos 1990, os PPGCOMs começaram a se expandir e entre 1996 e 2014, os mestrados em Comunicação sobem de 9 cursos para 45 e os doutorados, de 4 para 23. Assim, “qualificaram-se gerações de professores e pesquisadores dedicados ao rádio e à mídia sonora, muitos dos quais encontraram vagas em universidades públicas e privadas em expansão” (Kischinhevsky *et al.*, 2021, p. 14).

De acordo com Sonia Virgínia Moreira (2005) os registros impressos brasileiros sobre rádio são resultantes do momento em que foram elaborados. Nas décadas de 1940 e 1950, as principais produções desse tipo eram os manuais jornalísticos de programas; já em 1960 a 1980 emergem as publicações das memórias dos profissionais da área, o que acontece por

¹⁸ Disponível em: https://repositorio.puers.br/dspace/bitstream/10923/9772/2/Trajetoria_das_pesquisas_em_radio_no_Brasil.pdf. Acesso em: 7 jul. 2025.

causa da concorrência pela audiência com a televisão e, a partir de 1990, as pesquisas acadêmicas aumentam notavelmente. O incentivo para a produção científica entre 1995 e 2005 diversificou os temas que os livros publicados sobre rádio abordaram, e entre eles é possível citar “história, cidade, propaganda, teatro, humor, revistas, política, publicidade, religião, esporte, jornalismo, comunidade, legislação, tecnologia, locução, ética, guias práticos” (p. 127).

No levantamento que Dóris Fagundes Haussen (2004) executou sobre produções acadêmicas de rádio entre 1991 e 2001, foram encontrados 105 trabalhos de pós-graduação sobre a área, sendo distribuídos entre 89 dissertações e 16 teses. Foi documentado um crescimento no volume de publicações no final dos anos 90, o que segundo a autora, indica uma elevação do interesse sobre radiofonias. Nessa mesma análise, foram localizados 82 artigos sobre rádio publicados durante esses dez anos, sendo 15 deles derivados de teses ou dissertações. No texto, também defende-se que, com o grande número de novos PPGCOMs criados a partir de meados dos anos 1990 que possuíam linhas de pesquisa que estudavam o tema, a expansão e aprofundamento do espectro acadêmico radiofônico era uma tendência.

Haussen (2004) também explica que é possível ver esse movimento ao examinar o Catálogo de Revistas Acadêmicas de Comunicação 2001. Nele, foram registrados inicialmente 42 títulos, com apenas 8 anteriores a 1990 e, a partir de 2000, foi percebido um aumento acelerado, sendo que a maioria dessas revistas são vinculadas a programas de Pós-Graduação, propiciando novos lugares para a divulgação online e impressa das pesquisas da área. Em pesquisa posterior, Haussen (2011) atualiza esses dados, observando o intervalo entre 2002 e 2010 e constata que 123 trabalhos foram apresentados sobre rádio em PPGCOMs, sendo 30 teses e 93 dissertações. Somando os dados das duas pesquisas, entre 1991 e 2010 foram feitas, no total, 229 teses e dissertações referentes ao tema. Em uma pesquisa que oferece dados que complementam esses, Nair Prata, Izani Mustafá e Sonia Caldas Pessoa (2014) investigam as dissertações e teses sobre rádio que aparecem em todas as áreas do conhecimento, não apenas na comunicação, e encontram 125 teses de doutorado e 486 dissertações de mestrado sobre rádio defendidas entre 1987 e 2010.

A pesquisa de Kischinhevsky *et al.* (2021) analisou dados de 56 dos 57 PPGCOMs brasileiros existentes em 2020, sendo que um mestrado profissional estava sendo desativado. Eles observaram que os programas eram distribuídos geograficamente com 27 instituições no sudeste, 12 no nordeste, 10 no sul, 5 no centro-oeste e 3 no norte do país, com uma tendência

de expansão da interiorização. Os autores ressaltam que embora a maior concentração da área ainda estivesse na região sudeste, o nordeste ultrapassou o número de PPGCOMs da região sul, que nas pesquisas anteriores figurava em segundo lugar. No total, os programas analisados possuíam em 2020 880 docentes, entre os permanentes e os temporários, um crescimento em relação aos 813 em 2016. Com os critérios de exclusão para entender o panorama específico dos estudos radiofônicos e de mídia sonora nos PPGs, houve uma diminuição para 52 professores, que tiveram seus Currículos Lattes analisados.

De acordo com o estudo, os docentes com maior volume de orientações vinculadas ao campo estavam vinculados majoritariamente no eixo Sul-Sudeste, por consequência da maior antiguidade desses programas. Dentre essas orientações, os autores ressaltam o protagonismo das pesquisas de podcast e uma diversificação das perspectivas teórico-metodológicas sobre o tema. Entretanto, alguns pesquisadores não se dedicavam diretamente aos estudos de rádio e mídias sonoras, mas priorizavam outros temas que eventualmente se aproximavam dos meios sonoros. A distribuição das orientações demonstra que a concentração dos estudos radiofônicos está no eixo Rio-São Paulo, com algumas exceções no sul e no nordeste. Há uma expansão gradual tanto do número de PPGCOMs nas regiões nordeste e centro-oeste, quanto do credenciamento de docentes especializados, o que aponta um crescimento do interesse por pesquisas sobre objetos sonoros.

Doris Fagundes Haussen (2018) explicita que a consolidação da pesquisa em radiofonia no Brasil é marcada por dois momentos importantes: o surgimento do Grupo de Trabalho de Rádio da Intercom, em 1991, e a expansão dos PPGCOMs a partir da década de 1990, que estimularam o aumento das publicações na área. Outro fator relevante apontado foi a criação da Rede ALCAR, em 2001 e com efetivação em 2014, cuja atuação por meio do Grupo de Pesquisa História das Mídias Sonoras tem contribuído significativamente para a produção acadêmica sobre o tema.

Conforme destaca Nair Prata (2021), a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), fundada em 1977, promoveu 43 congressos nacionais até o ano de 2021. A autora observa que, a partir de 1991, a entidade passou a estruturar sua produção científica por meio dos Grupos de Trabalho (GTs), centrados em áreas temáticas específicas. Essa organização foi reformulada no ano de 2000, com a criação dos Núcleos de Pesquisa e em 2008, instituíram-se as Divisões Temáticas (DTs). Atualmente, a Intercom conta com oito Divisões Temáticas, que englobam um total de 34 Grupos de

Pesquisa (GPs). No caso do grupo dedicado aos estudos sobre rádio, sua nomenclatura sofreu alterações ao longo de três décadas, acompanhando as diretrizes propostas pela própria instituição e no presente momento chama-se Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora.

Prata (2021) explica que mesmo antes de alcançar dez anos de atividade, em 2000, o GP, sob a liderança de Nélia Del Bianco, foi agraciado com o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, na categoria Grupo Inovador. Até 2021, permanecia como o único grupo da Intercom a receber essa distinção. Em 2025, o grupo conta com 15 premiações no total, com 6 de Maturidade Acadêmica, 5 de Liderança Emergente, 3 de Grupo Inovador e 1 de Instituição Paradigmática, conforme o observado no Quadro 1. Esses acontecimentos demonstram um constante reconhecimento da importância do GP Rádio e Mídia Sonora na comunidade acadêmica, dado que ele alcançou todas as categorias da premiação e é constituído por instituições e personalidades que são considerados destaque na área de comunicação.

Quadro 1 – Lista de Prêmios Luiz Beltrão do GP Rádio e Mídia Sonora

Prêmio Luiz Beltrão		
Ano	Categoria	Agraciado
2000	Grupo Inovador	GT de Rádio da Intercom
2003	Liderança Emergente	Eduardo Meditsch
2009	Liderança Emergente	Nélia Del Bianco
2011	Maturidade Acadêmica	Luiz Maranhão Filho
2013	Liderança Emergente	Nair Prata
2017	Maturidade Acadêmica	Doris Haussen
2017	Liderança Emergente	Valci Zuculoto
2017	Grupo Inovador	AudioLab
2019	Maturidade Acadêmica	Eduardo Meditsch
2021	Maturidade Acadêmica	Luiz Artur Ferrareto
2023	Maturidade Acadêmica	Nélia Del Bianco
2024	Liderança Emergente	Álvaro Bufarah Júnior
2024	Maturidade Acadêmica	Valci Zuculoto
2025	Grupo Inovador	Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo – ConJor
2025	Instituição Paradigmática	Rede de Rádios Universitárias do Brasil – Rubra

Fonte: PRATA, Nair. WhatsApp, 2025.

O grupo lançou em 2012 o Portal do Rádio, que é um site acadêmico com conteúdos multimídia sobre a área e produzido por mais de 30 acadêmicos ao longo de um ano. Desde o primeiro encontro, em 1991, até o congresso de 2020, foram apresentados 939 trabalhos no GP. A iniciativa também apoia a publicação da Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora, que anteriormente era denominada Rádio-Leituras. Outra realização foi a criação do Simpósio Nacional do Rádio, cuja primeira edição foi entre os dias 9 e 11 de julho de 2013, na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, com o tema “Academia e

mercado – aproximações e desafios”, com mais de 300 inscrições. O SNR segue em atividade. A sexta edição do evento aconteceu em 2024, na Câmara dos Deputados, em Brasília.

Outro evento importante para a área de radiofonia, segundo Nair Prata, Izani Pessoa e Sônia Caldas (2014) é o encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), que foi criada em 28 de novembro de 2003, no I Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado na Universidade de Brasília (UnB). As autoras explicam que, na ocasião, mais de 100 pesquisadores apresentaram cerca de 60 trabalhos e os 94 sócios aprovaram os estatutos da entidade, bem como elegeram sua primeira diretoria. A SBPJor tem como finalidade juntar pesquisadores da área de Jornalismo, articulando-se com associações científicas, acadêmicas e profissionais nacionais e internacionais, como Intercom, Compós, Fenaj, ALAIC e outras, além de possuir ligações com agências de fomento como CNPq, Capes e FAPs.

A Rede de Pesquisa em Jornalismo Sonoro (Radiojor), vinculada à SBPJor desde 2019, dedica-se à reflexão crítica e à produção científica sobre áudio e radiojornalismo, organizando investigações, publicações coletivas e eventos (Redes de Pesquisa, s.d.). Segundo o site oficial, suas pesquisas abordam desafios conceituais, metodológicos e empíricos do jornalismo sonoro em diversos formatos e ambientes de produção, emissão e circulação. Isso inclui emissoras públicas, estatais, comunitárias e comerciais, em ondas hertzianas e na web, além de também investigar a linguagem sonora em podcasts, web rádios, mídias sociais, smart speakers, reportagens multimídia e projetos crossmídia, no contexto do rádio expandido, da convergência e remediação midiática e do uso de inteligência artificial. Uma das discussões que é feita na Radiojor é também o exercício profissional frente às transformações tecnológicas, aos novos dispositivos e às exigências regulatórias e mercadológicas.

Já criação do Grupo de Trabalho (GT) Estudos Radiofônicos marcou um momento significativo durante o 32º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), realizado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP) entre 3 e 7 de julho de 2023 (Vicente; Pessoa, 2023). Pela primeira vez, a área de Estudos Radiofônicos conquistou um espaço próprio no único evento dedicado às pesquisas desenvolvidas em Programas de Pós-Graduação brasileiros, destinado à apresentação de pesquisas e à promoção de discussões específicas sobre o tema, sem necessitar apresentar trabalhos em outras áreas. Eduardo Vicente e Sônia Pessoa (2023) informam que essa conquista foi resultado da articulação de 80 docentes e discentes

vinculados a Programas de Pós-Graduação em Comunicação de diferentes regiões do país, que subscreveram a proposta de criação do GT e a encaminharam ao processo de reciclagem institucional da Compós.

Enquanto isso, o Grupo de Interés Radio y Medios Sonoros da ALAIC foi criado em 2021 e estreou no congresso da associação em 2022, em Buenos Aires, e reuniu pesquisadores do Brasil e da América Latina. Segundo Nair Prata, após seu segundo encontro em 2024, em Bauru, São Paulo, o grupo submeteu sua candidatura para tornar-se Grupo de Trabalho permanente, com o apoio de 165 pesquisadores de 15 países, sendo 106 doutores (Prata, entrevista pessoal, 2025)¹⁹. Desde sua criação, o GI mantém intensa produção acadêmica e articulação em rede, por meio de listas de e-mails, perfis em redes sociais e projetos colaborativos (Pessoa; Prata, 2025). Entre suas iniciativas estão a publicação do livro *O rádio AM no ecossistema midiático da América Latina e Caribe* (2023), a realização do I Ciclo de Diálogos e Interfaces dos Estudos Radiofônicos e Meios Sonoros (2024) e o desenvolvimento do projeto coletivo *El podcast en el ecosistema mediático de América Latina y el Caribe*, cujo primeiro estudo bibliométrico resultará em livro previsto para 2025 (Prata, entrevista pessoal, 2025). As linhas de pesquisa do grupo abrangem múltiplas dimensões da comunicação sonora: transformações do rádio e do podcast, processos de produção e recepção, sonoridades decoloniais, comunicação comunitária, pública e educativa, bem como novos gêneros e formatos em contextos socioculturais latino-americanos. Dessa forma, consolida-se como um espaço estratégico de produção científica e integração de pesquisadores dedicados à mídia sonora na América Latina.

No Brasil, existem duas revistas de destaque na publicação sobre conteúdos sonoros: a Revista Sonora e a Radiofonias. A Revista Sonora está ligada ao Grupo de Pesquisa Tecnologia, Mídia, Criação Sonora e Audiovisual do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Ela publica semestralmente trabalhos inéditos em português, inglês e espanhol que foquem nas articulações entre mídia, música e criação sonora e audiovisual (Revista Sonora, s.d.).

Já a Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora, antiga Rádio-Leituras, tem lançamento quadrimestral (Prata, 2021). Ela está vinculada ao Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor), ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Pernambuco - campus Agreste (UFPE) e Programa

¹⁹ Prata, Nair. Entrevista concedida a Lívia Gariglio, 28 de julho de 2025.

de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), além de possuir o apoio do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Intercom (Sobre a Revista, s.d.). Segundo o próprio site, na seção de sobre a revista, é informado que tem como intuito ser um local de reflexão sobre o rádio, o radiojornalismo, a mídia sonora e os processos de convergência relacionados a ela, prezando pela interdisciplinaridade. A publicação valoriza abordagens conceituais e metodológicas e prioriza artigos inéditos e possui abertura para a colaboração com pesquisadores de outras nacionalidades, sendo todos os trabalhos revisados de forma não identificada por dois pareceristas e, caso haja divergência entre os pareceres, é chamado um(a) terceiro revisor para o desempate, com textos escritos em português, espanhol ou inglês (Submissões, s.d.).

O contexto das produções acadêmicas sobre rádio no Brasil está consolidado e, dentro dele, surgem novas abordagens em fenômenos como o podcasting. Assim, é necessário levar isso em consideração para analisar os resultados de uma revisão sistemática que utiliza um tema interdisciplinar entre podcast e design, para compreender como capas de podcast são retratadas na comunidade científica.

4. Metodologia

A metodologia escolhida para a pesquisa foi Revisão Sistemática de Literatura (RSL), com acionamento de análise de conteúdo na etapa de análise dos dados. Embora tradicionalmente associada à área da saúde, a RSL também é aplicada nas ciências sociais, onde deve considerar não apenas termos e palavras-chave, mas o contexto teórico e paradigmático das pesquisas, reconhecendo singularidades e limitações metodológicas (Vizeu *et al.*, 2022), como heterogeneidade de estudos, vieses linguísticos e restrições de recursos. A revisão, de caráter quali-quantitativo, inclui análise de redes bibliográficas, estrutura dos textos e padrões de autoria e citações, sendo fundamentada na hipótese de que, embora haja poucos trabalhos sobre capas de podcast, existe material suficiente para examinar a consolidação e o embasamento teórico do tema.

4.1. Revisão sistemática

Para entender como o campo de análise de capas de podcast se estabelece, seria importante adotar uma revisão sistemática, que é replicável, transparente e científica (Cook, Mulrow e Haynes, 2003). O detalhamento tem como intuito minimizar o viés tanto por meio de buscas exaustivas na literatura de estudos, quanto na possibilidade de trilhar as decisões e procedimentos adotados. Segundo Linnenluecke, Marrone e Singh (2019), a revisão sistemática auxilia a estipular um conjunto maior de publicações, bem como um menor, desde que se encaixe nos critérios de inclusão e isso pode definir futuras investigações.

Os autores defendem que existe uma proliferação assistemática de conhecimento que dificulta que os especialistas de cada área tenham contato com novos desdobramentos, dado que há muita quantidade de publicações e para analisá-las é necessário tempo. Eles reconhecem que a seleção arbitrária de evidências numa revisão narrativa não representa o que existe em uma área de maneira completa, já que escolher algumas pesquisas e não outras pode gerar viés de seleção de amostra. Portanto, de acordo com eles, as revisões sistemáticas ajudam a identificar os textos que são relevantes sobre a questão, evitar buscas infrutíferas, apresentar uma síntese do que está disponível e quais evidências se basear para novas observações, assim como direcionar profissionais e agentes de políticas sobre caminhos eficazes.

Fábio Vizeu, Kamille Ramos Torres e Luan Matheus Pedrozo Kolachnek (2022) revelam que a Revisão Sistemática de Literatura (RSL) consistia na síntese de estudos primários da área da saúde, e esses resumos constariam em relatórios que contêm as etapas introdução, materiais e métodos, apresentação de resultados e discussão dos resultados bem definidas e explicitadas. Os autores argumentam que há uma falha não na sistematização de processos com o intuito de obter sínteses, mas sim na crença de que isso garante precisão e cobertura total de um conjunto bibliográfico específico. Eles defendem que é um posicionamento “ingênuo” tentar identificar lacunas e justificar originalidade de uma pesquisa com base na RSL, já que isso ignora as esferas sociolinguísticas e políticas que definem o interesse ou o desinteresse da comunidade acadêmica sobre os assuntos e abordagens que são escolhidas.

Além disso, eles ressaltam que uma análise de literatura efetiva não deveria se basear apenas na associação de termos com base em palavras-chaves. Isso porque a avaliação qualitativa bem formulada do que fundamenta teoricamente aquela pesquisa e das referências paradigmáticas é o que demonstra se as abordagens conceituais são semelhantes ou distintas, problema que pode ser ocultado pela semelhança terminológica. Entretanto, a revisão sistemática de literatura é vista no texto como uma importante atividade, dado que ela não só comprehende como um tema é tratado no campo científico, mas também é fundamental para que o pesquisador se posicione criticamente e de forma embasada em relação à produção existente. Para Vizeu, Torres e Kolachnek (2022), em áreas paradigma e semanticamente plurais, como nas ciências sociais, a heterogeneidade de significações sobre um fenômeno demonstra a relevância de reconhecer principalmente as singularidades, ao invés de apenas focar nas semelhanças.

Essa compreensão, contudo, deve considerar as limitações metodológicas inerentes ao próprio procedimento. No editorial de Wesley Mendes-Da-Silva (2019), publicado na Revista de Administração Contemporânea, são apontados três desafios recorrentes em revisões sistemáticas: a potencial heterogeneidade dos estudos selecionados, a necessidade contínua de atualização e a possibilidade de vieses de estudos individuais e de publicações.

Além disso, as perspectivas acadêmicas de cada pesquisador são, em grande parte, resultantes das experiências acumuladas ao longo de sua trajetória no campo científico, marcadas pelas possibilidades de inserção, pelas relações construídas com determinados professores e instituições, pela disponibilidade de recursos e pelos espaços de circulação do

conhecimento (Vizeu *et al.*, 2022) e isso também configura um limite da abrangência de uma RSL. Segundo as Diretrizes Metodológicas para a elaboração de revisão sistemática e metanálise de ensaios clínicos randomizados feita em 2012 pelo Ministério da Saúde, essa combinação entre recursos, conhecimento e habilidades são fundamentais para otimizar pesquisas desses tipos. Logo, déficits em algum desses âmbitos podem impactar negativamente o resultado das análises. Outros fatores que são reconhecidos no texto como potenciais restringentes são o viés de linguagem, a qualidade metodológica dos estudos primários e a heterogeneidade das publicações.

Para que haja uma maior possibilidade de replicabilidade, todas as tabelas utilizadas que possuírem as permissões necessárias, sejam elas as coletas originais, as filtradas, a tabela de exclusões, os dados dos trabalhos e a rede de citação construídas ao longo dessa pesquisa serão publicamente disponibilizadas nos apêndices deste trabalho.

Para a análise dos resultados, é imprescindível explicitar as relações existentes entre a data e áreas de publicação, nacionalidade e rede de autoria e, caso esteja disponibilizado, também a rede de citações. Também é necessário avaliar a metodologia utilizada e a estrutura do texto. Assim, a metodologia é uma revisão sistemática de literatura quali-quantitativa mista que utiliza de redes bibliográficas e análise de conteúdo. A hipótese sobre os dados é de que não haverão muitos textos especializados em capas de podcast, mas ainda sim uma quantidade suficiente para uma análise sobre a estruturação e fundamentação do tema.

4.2. Buscadores e parâmetros metodológicos

Os dados de citação do Google Scholar (GS) englobam os resultados oferecidos pelo Web of Science (WoS) e Scopus, com conteúdos adicionais que não são frequentemente encontrados pelos outros (Martín-Martín *et al.*, 2018). Os autores analisaram 2.448.055 citações de 2.299 documentos que são muito citados em inglês, situados em 252 categorias de temáticas do GS publicados em 2006 e o objetivo era comparar os três buscadores.

Eles concluíram que o GS possui a maior porcentagem de citações em todas as áreas, além de que os conteúdos ofertados apenas pelo GS muitas das vezes são de fontes não-periódicas, com 48% a 65%, que incluem teses, monografias, dissertações, livros, capítulos de livros, artigos de congressos e materiais não publicados. De acordo com o

arquivo de diretrizes do Google Acadêmico (Inclusion Guidelines, s.d.)²⁰, o site funciona como um mecanismo de pesquisa no qual o algoritmo procura por publicações científicas e disponibiliza as informações desse arquivo em seu buscador. Os crawlers (robôs que ajudam no funcionamento da ferramenta) conseguem encontrar os sites que possuem posts que tem estrutura semelhante à usada na área acadêmica ou que seguem parâmetros já pré-estabelecidos na documentação técnica do GS, como o título, as referências, o campo com autores e o resumo. Dessa forma, eles indexam essas informações no banco de dados do GS, que fica disponível para livre acesso. Entretanto, isso faz com que seja mais fácil encontrar publicações que não foram revisadas por pares.

O Dimensions.ai utiliza o código DOI como critério de indexação (Basson *et al.*, 2022). Segundo o site oficial do DOI (The Identifier, s.d.)²¹, a sigla significa “Digital Object Identifier”, que é um identificador digital de um objeto e que isso ajuda a rastrear qualquer tipo de produto, que pode ser físico, digital ou abstrato. Isso é feito por meio de um número único composto de um prefixo e um sufixo separados por uma barra, que se mantêm permanentes depois de atribuídos, mesmo caso mude o link de acesso, e dessa forma, pode ser identificado tanto por humanos quanto por máquinas. No uso acadêmico, ele serve para rastrear publicações feitas de forma a garantir a autenticidade daquele documento.

Portanto, embora o GS englobe muitos arquivos, não há uma preocupação explícita com a identificação da fonte, o que pode incluir arquivos sem revisão por pares, como preprints, white papers, por exemplo. Por outro lado, o Dimensions.ai utiliza o código DOI do estudo como forma de assegurar que ele é acadêmico, o que facilita encontrar pesquisas científicas confiáveis, mesmo que a amostra seja menor, por consequência.

Uma semelhança entre os dois buscadores, entretanto, é a possibilidade de utilizar operadores booleanos para delimitar string de busca para refinar os resultados. Existem outras formas para os buscadores retornarem dados, como é o caso do Semantic Scholar (SS). De acordo com a biblioteca governamental do Departamento de Pesquisa Comercial dos Estados Unidos (Literature Search, s.d.), o SS usa tecnologia de Inteligência Artificial projetada para identificar conexões entre termos de pesquisa, mesmo que isso esteja oculto, o que é um processo conhecido como busca semântica.

²⁰ Disponível em: <https://scholar.google.com/intl/en/scholar/inclusion.html>. Acesso em 06 out. 2024.

²¹ Disponível em: <https://www.doi.org/the-identifier/what-is-a-doi/>. Acesso em 06 out. 2024.

De acordo com Antonio Carlos Picalho, Elaine Rosangela de Oliveira Lucas e Igor Soares Amorim (2022), a lógica de buscas booleanas é adotada pela maioria dos sistemas e ela se configura pelo uso de operadores lógicos para encontrar resultados relevantes para a pesquisa. Assim, os textos retornados nos buscadores só serão relevantes quando houver um bom uso de uma string (combinação) dos operadores booleanos, pois eles descrevem exatamente o que deve ser colocado ou retirado da pesquisa. O WoS, Scopus e o Dimensions.ai utilizam esse formato para as buscas, enquanto o SS utiliza um sistema integrado a uma IA para que seja assim selecionado os textos relevantes para a temática escrita, sem necessidade de criar uma string de busca, sendo teoricamente mais direto, pois automatiza a análise baseada no contexto.

Por causa dessas discussões sobre confiabilidade e formas de operar, inicialmente o SS e o Dimensions.ai foram selecionados para fazer o levantamento das pesquisas sobre capas de podcast. Os resultados seriam comparados, já que “obter êxito nesse processo dentro de uma base de dados científica está totalmente relacionado à lógica de buscas na qual o usuário se apoiou ao construir sua estratégia de pesquisa” (Picalho *et al.*, 2022, p. 3). O intuito era diversificar os resultados utilizando na pesquisa tanto um sistema que utiliza operadores booleanos, quanto um que busca pelo sentido do termo. Entretanto, na coleta preliminar realizada dia 20 de julho de 2025, foi constatado que a busca semântica não era a mais indicada para pesquisa devido a natureza do fenômeno. Todos os testes foram iniciados por volta das 19h20 do dia 20 de julho de 2025 e concluídos aproximadamente às 23h15 do mesmo dia.

Foram utilizados operadores booleanos para a pesquisa no Dimensions.ai, considerando os termos referentes a capas de podcasts em português, espanhol e inglês. Na língua inglesa, cover significa cobrir, para além de capa e engloba muitas pesquisas que não estão dentro do tema. O mesmo acontece com a palavra design, que na tradução é projeto. Ao compreender que a decisão da capa também passa pelo processo de construção gráfica, a string foi (“podcast” AND (“graphic design” OR “visual features” OR “visual communication” OR “HCI design” OR “graphic design” OR “logotipo” OR “logomarca” OR “tipografia” OR “visual identity” OR “projeto gráfico” OR “capa de podcast” OR “capas de podcast” OR “diseño gráfico” OR “carátulas de podcast” OR “carátula de podcast” OR “planejamento gráfico”)). Essa string já foi anteriormente testada no artigo “Estudos sobre design e podcasting: uma revisão de literatura” (2023). Já no Semantic Scholar, foi buscado por “capa de podcast”, pois, em teoria, ele retornaria os trabalhos mais relevantes com base

nos termos que foram informados. Caso fosse necessária, seria possível a complementação das buscas com termos similares.

4.3. Coleta exploratória e exclusão do Semantic Scholar

Ao procurar o termo capa de podcast sem aspas, o primeiro dos cerca de 28.400 resultado foi o artigo “Relato de experiência reflexivo de estágio supervisionado: prototipação da proposta didática de utilização de podcast como ferramenta educativa”, de Ana Paula Silva da Cunha e Lucicleia Pereira da Silva (2024) em que design, visual e capa não figura em nenhum local do texto, sendo encontrado apenas “capaz” e “capacidade”. O filtro para organização da página era relevância, mas todos os dez trabalhos que apareceram na primeira página do SS somente tangenciavam o tema. Um deles era “Uso de Podcast Educativos para la Recuperación de la Memoria Oral en Comunidades Ancestrales del Ecuador”, artigo de 2025 que não aborda design, mas como uma das autoras se chama Martha Cecilia Castro Capa, houve essa confusão do buscador.

Os outros 8 resultados foram, em ordem: “Desenvolvendo habilidades de leitura e escrita através da produção de Podcast” de Matheus Oliveira e Kleber Fernandes (2024); “Produção de um episódio de podcast com o uso da inteligência artificial via oficina de multiletramentos” de Déborah Praxedes, Glícia Azevedo e Rômulo Albuquerque (2024); “Análise da liga de capa de eletrodo de cobre cromo zirconio utilizados em processos de soldagem por resistência elétrica por projeção” de Lemos *et al.* (2024); “Perfiles verticales de temperatura en una atmósfera semigris con una capa de nubes” de Joaquín Pelkowski e Juan Carlos Anduckia Avila (2024); “Comportamiento del fuego y consumo de la capa de hojarasca en bosques de pino-oyamel y pino-encino” de Rubén Ortiz Mendoza *et al.* (2024); “Produção e validação de podcast para promoção da saúde mental de usuários da atenção primária” de Girardi *et al.* (2024); “Viernes de PODCAST: estudio práctico de alfabetización mediática en el aula” de Ana Lucía de Veja Martín (2023) e “Saberes difusos e práticas para se pensar a formação em moda: perspectivas a partir de uma série de podcast” de Rita de Andrade e Jaqueline de Melo (2023). Nenhum deles discorre sobre capas de podcast em seus títulos, resumos ou no corpo do texto e três deles não são sobre podcast.

Com o termo capas de podcast sem aspas, houve o retorno do mesmo valor de aproximadamente 28.400 produções. Contudo, o primeiro resultado foi o “Podcast

Microbiando”, de Lyra *et al.* (2022), que coloca a criação de artes das capas no resumo do texto como uma etapa da construção desse podcast de divulgação científica. Porém, ao analisar os próximos resultados, o mesmo padrão da primeira busca foi encontrado. O segundo texto que o SS retornou foi “Trilhas da Linguagem: do verbal ao multimodal”, livro organizado por Jancen Sérgio Lima de Oliveira (2021) que, em seu resumo, apresenta que nele contém análises sobre podcast e também sobre capas de DVDs, não sobre capas de podcast.

Os outros oito resultados foram, respectivamente: “Activar archivos con narrativas sonoras” de Sonia López Ortiz (2021), que empregava a palavra “capas” em espanhol no resumo, com o sentido de camadas; os textos já citados de Ana Paula Cunha e Lucicleia Pereira da Silva (2024) seguido por o de Déborah Praxedes, Glícia Azevedo e Rômulo Albuquerque (2024) e o de Matheus Oliveira e Kleber Fernandes (2024); “Las capas de la financiación combinada de impacto: un enfoque de innovación financiera para el inversor institucional” de Antonio González González e Pablo Esteban Sánchez (2024), em que novamente há o emprego de “capas” em língua espanhola com significado de camadas, sem estar associado ao tema podcast; “A iconografia da Revolução dos Cravos: capas de obras de literatura para a infância e a juventude publicadas em datas comemorativas”, de Fernando de Azevedo; novamente o texto de Girardi *et al.* (2024) e “Evaluación de la cinética de crecimiento de las capas de Fe2B formadas sobre la superficie del acero ASTM A307 a través de dos modelos de difusión” de Ortiz-Domínguez *et al.* (2024).

Assim, o caminho a seguir foi procurar com aspas, para observar se haveria alterações. Tanto para “capa de podcast” quanto para “capas de podcast” apareceram apenas dois resultados: “Podcasts sobre autismo” de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan, Tiago Abreu (2022), que analisam capas de alguns podcasts brasileiros sobre a temática a partir de análise cultural e o já mencionado livro organizado por Jancen Sérgio Lima de Oliveira (2021).

Ao procurar “carátulas de podcast”, apareceu um aviso do SS de que não foi possível encontrar nenhum texto sobre o pesquisado e retornou por volta de 3.490 publicações para carátulas de podcast sem aspas. Os três primeiros foram já indicados anteriormente, sendo eles, respectivamente, o da Ana Paula Silva da Cunha e Lucicleia Pereira da Silva (2024), o do Matheus Oliveira e Kleber Fernandes (2024) e o de Déborah Praxedes, Glícia Azevedo e Rômulo Albuquerque (2024). Os próximos retornos foram “Predictores del consumo de pódcast informativo en España. Estudio a partir de los datos del Centro de Investigaciones

Sociológicas (CIS)”, de David García-Marín (2024); “O Consumo de Podcast por Jovens Adultos como Alternativa de Acesso à Informação: Um Estudo Exploratório com Estudantes de Comunicação Social” de Miguel Midões e Teresa Gouveia (2024); “Modelo metodológico de uso de pódcast y vodcast como material académico universitario” de Miguel Ángel Díaz Monsalvo (2024); “Análise da produção de podcast com tecnologia de transmissão de dados pela Internet: experiência da Rede Brasil no projeto Arbocontrol da Região Sudeste” de Meri Nadia Marques Gerlin e Daniele Achilles (2024); “Construção, processos de validade e efeitos de podcast para a promoção da saúde: revisão integrativa” de Silva *et al.* (2024); o texto de Girardi *et al.* (2024) e “A utilização de podcast no ensino de química orgânica” de Lima *et al.* (2024). Nenhum deles faz menção a capas de podcast.

Por fim, buscou-se podcast visual identity, sem aspas, no SS. Apareceram dois resultados que são relevantes para a discussão: “El diseño gráfico de pódcast: Análisis de estrategias visuales”, de Fernando Suárez-Carballo e de Aurora Pérez-Maillo (2022), que disserta sobre a relevância da imagem no processo de produção de um podcast e como elemento de expressão da identidade do programa e “A Quick Start Guide to Podcasting: Creating Your Own Audio and Visual Materials for iPods, BlackBerries, Mobile Phones and Websites” de Mark Harnett (2010), que tem o intuito de auxiliar podcasters, embora esteja desatualizado. Ambos os textos não citam diretamente capas, mas abordam em determinada medida a identidade visual dos produtos.

Entretanto, todos os outros oito resultados não eram relacionados ao tema. O primeiro resultado foi o título em inglês do artigo em ucraniano “МАРІУПОЛЬСЬКА ДРАМА: МЕМОРАТИВНІ ПРАКТИКИ, СВІДЧЕННЯ, ІДЕНТИЧНІСТЬ, ТЕАТРАЛЬНИЙ КОД” que estava como “MARIUPOL DRAMA: COMMEMORATIVE PRACTICES, TESTIMONY, IDENTITY, THEATRICAL CODE”, de О. С. Бондарєва (O. E. Bondareva), que analisa como foram feitas e apresentadas obras dramáticas cênicas sobre o bombardeio aéreo ao Teatro Regional de Drama de Donetsk em Mariupol, Ucrânia, feito pelas Forças Armadas da Rússia em 16 de março de 2022. O terceiro foi “A Feminist Materialisation of Amplified Voice: Queering Identity and Affect in The Heart” de Stacey Copeland (2018), que aborda o potencial afetivo de narrativas sonoras sobre gênero e sexualidade num contexto social que dá uma grande importância ao visual.; seguido por “Our Friendly Desert Town: Alternative Podcast Culture in Welcome to Night Vale”, que analisa como os fãs constroem coletivamente um ideário visual da cidade fictícia abordada no podcast. O sexto texto foi “The online Self” de I. Gloerich e L. V. Dipten (2017), que analisa de um episódio de podcast; o

sétimo foi “Effects of brand visual identity on consumer attitude: A Systematic Literature Review”, de Mengyao Yu *et al.* (2024); o oitavo foi “Hungry Pets Visual Identity Redesign as a Representation for Middle Class Pet Shop in Penjaringan North Jakarta”, de Clara Beatrice e Julianto (2024); o nono foi “Visual Identity Flowdys Thrift” de Dicki Akdhan Chrisnawan (2024) e o décimo foi Visual identity perpustakaan Mawar Blitar sebagai media informasi” de Khansa Tsabitah Wibawa , Handry Rochmad Dwi Happy e Yogi Widya Saka Warsaa, escrito em indonésio, sobre como a identidade visual da biblioteca Mawar Blitar é um meio de informação.

Assim, é possível compreender que o SS não resultou em uma margem de pesquisas relevantes. Provavelmente, por estudos sobre capas de podcast serem uma intercessão pequena entre duas grandes áreas (design e rádio), ora as produções que apareciam pendiam para um lado, ora para outro, porém poucas foram as pertinentes. Assim, o buscador foi excluído da presente pesquisa. Durante esse processo, foi percebido que estudos com os termos “materiais visuais”, “material visual”, “recurso visual”, “recursos visuais”, “visual materials”, “visual material”, “visual resources”, “visual resource” poderiam ajudar a encontrar textos que abordam capas de podcast e, dessa maneira, esses novos elementos foram adicionados à string inicial.

Assim, ela ficou: (“podcast” AND (“graphic design” OR “visual features” OR “visual communication” OR “HCI design” OR “graphic design” OR “logotipo” OR “logomarca” OR “tipografia” OR “visual identity” OR “projeto gráfico” OR “capa de podcast” OR “capas de podcast” OR “diseño gráfico” OR “carátulas de podcast” OR “carátula de podcast” OR “planejamento gráfico” OR “materiais visuais” OR “material visual” OR “recurso visual” OR “recursos visuais” OR “visual materials” OR “visual material” OR “visual resources” OR “visual resource”)). Adicionalmente, realizou-se uma coleta exploratória no Dimensions.ai com o objetivo de verificar a eficácia da nova string de busca e identificar possíveis inconsistências. Utilizando a string anterior, foram obtidos 30 resultados; já com a string atualizada, o número de resultados aumentou para 40.

Por conseguinte da exclusão do SS, outros dois buscadores foram selecionados: o Web of Science (WoS) e o Scopus. Segundo Martín-Martín *et al.* (2018), são as duas principais bases de dados multidisciplinares existentes com políticas seletivas de inclusão baseadas em periódicos. Elas funcionam não somente organizando esses documentos, mas permitem buscas com operadores booleanos. Embora o intuito de incluir o SS na revisão sistemática

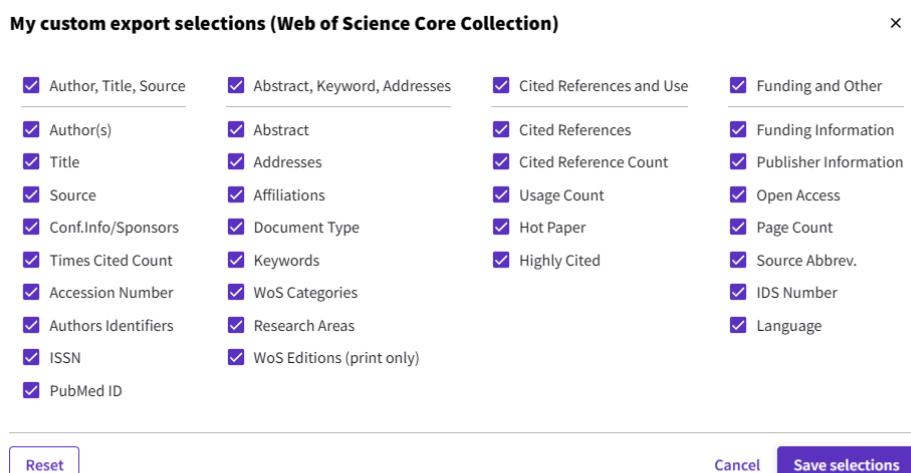
fosse facilitar a inclusão de textos relevantes que uma string possa não levar em consideração, como a pesquisa semântica não funcionou para o tema abordado, houve a seleção do WoS e do Scopus para maximizar a maior amostragem possível.

O Web of Science, que é da empresa Clarivate, reúne mais de 34 mil periódicos em uma única plataforma, com um acervo que ultrapassa 235 milhões de registros de metadados detalhados e mais de 2,9 bilhões de links de citações, permitindo identificar pesquisas relacionadas e explorar um arquivo histórico que remonta a 1864 (Web of Science platform, s.d.). Além disso, oferece visibilidade a trabalhos científicos em um repositório que abriga mais de 15 milhões de pesquisadores. Já o Scopus, desenvolvido pela Elsevier, apresenta uma cobertura igualmente ampla, com destaque para mais de 25,2 milhões de documentos de acesso aberto. Seu acervo total ultrapassa 100 milhões de registros (Sobre Scopus, s.d.), além de contabilizar mais de 1,7 bilhão de referências citadas (Conteúdo do Scopus, s.d.).

4.4. Coleta atualizada

A coleta com a string atualizada ocorreu no dia 21 de julho de 2025. A primeira extração foi realizada às 17h08 no Web of Science (Figura 12), no formato .txt sem formatação, já que é a forma recomendada para fazer a rede bibliográfica no VOSViewer. Para possuir todas as informações, a opção “record content” foi customizada, habilitando todos os dados possíveis.

Figura 12 – Print das configurações de exportação do Web of Science

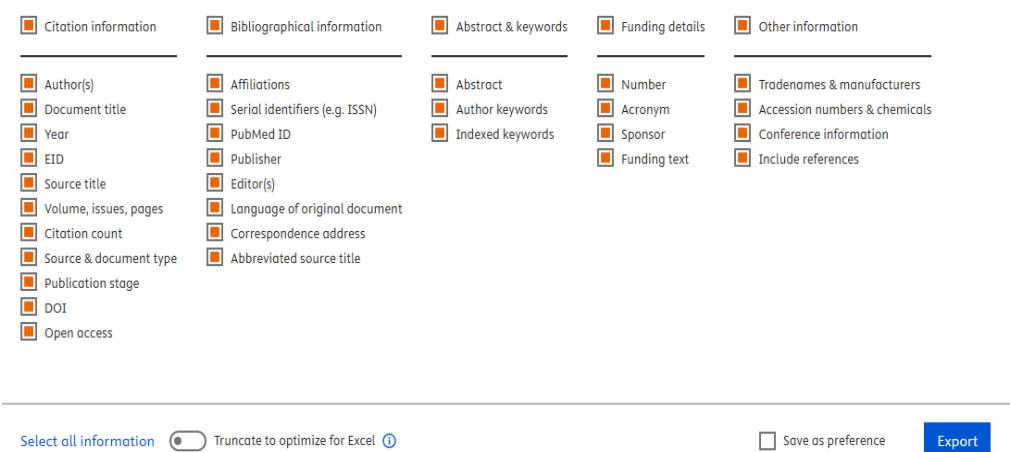


Fonte: Web of Science, 2025.

Logo em seguida, às 17h12, foi feito o mesmo procedimento no Scopus (Figura 13), porém na extensão .csv, justamente por ser a mais indicada para criar visualizações desse

buscador no VOSViewer. Também houve personalização das opções de seleção, para incluir todos os ítems possíveis.

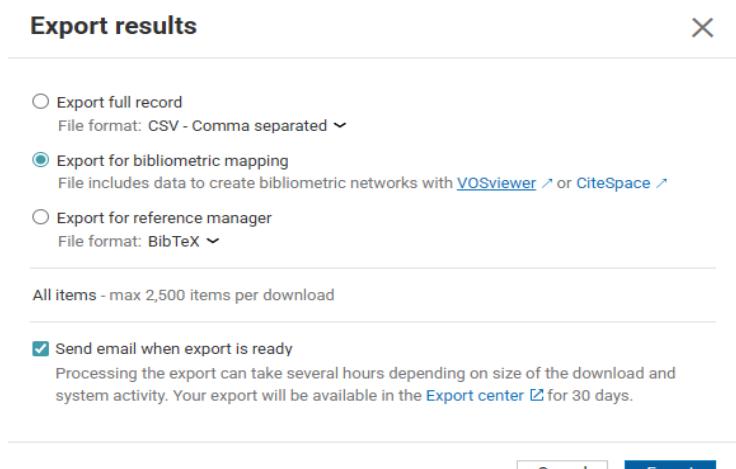
Figura 13 – Print das configurações de exportação do Scopus



Fonte: Scopus, 2025.

Por fim, às 17h14, foi a vez do buscador Dimensions.ai (Figura 14). Ele já possui uma modalidade de extração que é otimizada para o software VOSViewer e exportou os elementos dentro de um arquivo .csv também. Nessa tabela, constam as informações: Sobre os dados, com a data da coleta, a string utilizada e observações; ID de publicação; DOI; Título; Resumo; Título da fonte/Título da antologia; Ano de publicação; Volume; Número do fascículo; Paginação; Autores; Afiliações dos autores - Nome da organização de pesquisa; URL do Dimensions; Vezes que foi citado e Referências citadas. A configuração que permite essa coleta já pré-determinada é apresentada na imagem seguinte:

Figura 14 – Print das configurações de exportação do Dimensions.ai



Fonte: [Dimensions.ai](#), 2025.

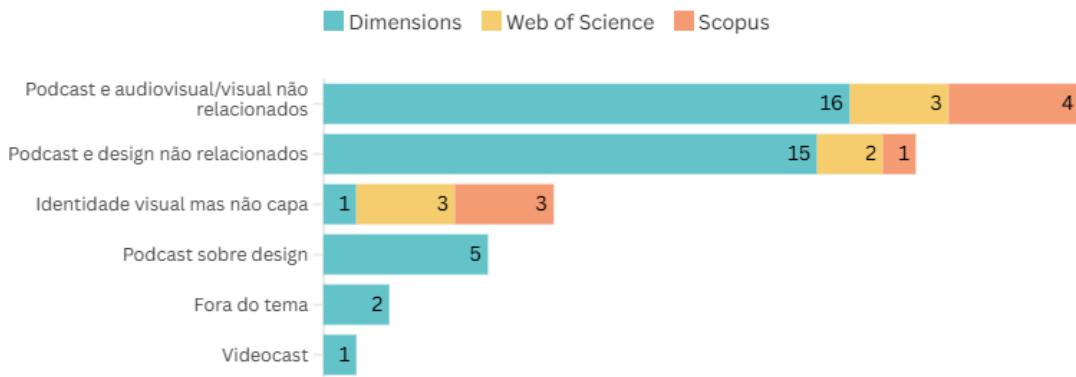
Desse modo, publicações posteriores a 21 de julho de 2025 não serão consideradas para análise e, por conseguinte, futuras atualizações poderão utilizar esse período como comparativo.

4.5. Exclusões, filtros e critérios de análise

Linnenluecke, Marrone e Singh (2019) explicam que depois de extrair os dados, as duplicatas, os estudos que não sejam relevantes e os “falsos positivos” devem ser retirados da análise. Assim, caso uma das palavras da string apareça, mas não esteja se referindo sobre o tema, entra nesses critérios de exclusão. Para ser um conteúdo relevante para a pesquisa, ele precisa citar de alguma forma a capa de um podcast no título, resumo ou nas palavras-chaves, seja num contexto de produção dessa peça visual ou crítica de uma já existente. Além disso, eles argumentam que nenhum estudo deve ser deixado de fora pela justificativa de baixa qualidade ou falhas metodológicas, já que isso impacta no resultado final, por conseguinte, o recomendado é mantê-los e criticá-los de modo transparente. Os autores declaram que é necessário fazer montagem, julgamentos críticos e síntese de todas as obras que foram incluídas para que se analise o panorama completo.

No Web of Science, dos 7 conteúdos extraídos, todos foram excluídos. Já no Scopus, dos 9 coletados, apenas 1 não se enquadrou nos critérios de exclusão. No Dimensions, dos 40 materiais reunidos, apenas 2 foram incluídos, sendo que um deles já tinha sido encontrado também no Scopus. Para entender possíveis motivos pelos quais esse número foi mais baixo do que o esperado, as 54 pesquisas que não entraram na revisão sistemática foram divididas em categorias, que foram: “audio-visual/visual e podcast usados no resumo sem estarem relacionados entre si”, “podcast e design usados no resumo sem estarem relacionados entre si”, “identidade visual, mas não explicita capa no resumo”, “podcast sobre design”, “videocast” e “fora do tema” (Figura 15). O intuito dessa classificação foi perceber padrões nos textos e, portanto, caso um deles se enquadrasse em mais de uma categoria, ele seria contabilizado nas duas, o que aconteceu em dois casos, ambos do buscador Dimensions.ai. Assim, o número total no gráfico a seguir é 56, porque contabiliza a ocorrência do motivo da exclusão e não 54, que é o número de textos excluídos.

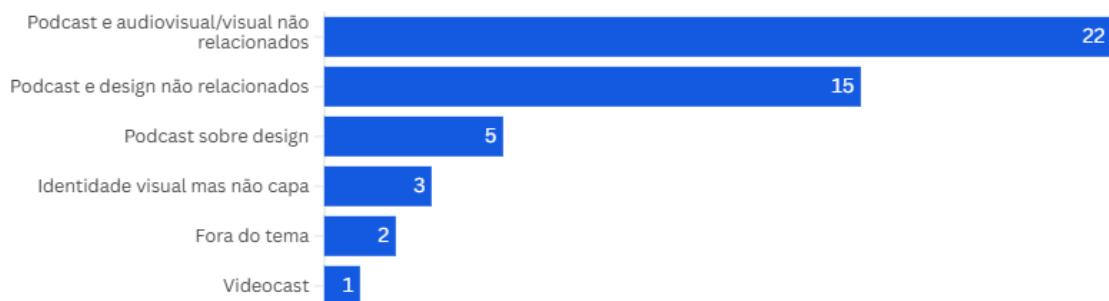
Figura 15 – Gráfico de classificação dos textos excluídos dividido por buscadores



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Entretanto, ao excluir as duplicatas, o número de textos excluídos passou de 54 para 46. Para que seja possível compreender a classificação das exclusões em trabalhos únicos, foi criada a visualização a seguir. Lembrando que o número total da soma é 2 a mais do que os artigos, pois 2 textos foram classificados com 2 critérios de exclusão cada.

Figura 16 – Gráfico de classificação dos textos excluídos sem duplicatas



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Ao atualizar a exclusão de duplicatas, foi possível constatar também que o número de estudos únicos coletados foi 48, considerando os 2 artigos que abordam capas de podcast, o que corresponde a 4,17%, que foram: “Influencia de la calidad visual de las carátulas en la preferencia de pócast” de María-Aurora Pérez-Maillo, Fernando Suárez-Carballo e Juan-Ramón Martín-Sanromán (2022) e “Podcasts sobre autismo uma proposta de análise de capas” de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu (2022). Então, 95,83% da amostragem foi retirada devido aos critérios.

Uma das observações que foram empreendidas após as classificações foi que os três textos que figuraram em “identidade visual, mas não explicita capa no resumo”, que corresponde a 6,25% do número total, eram textos que eram relevantes para serem analisados também. Isso porque é importante situar os estudos de capa de podcast também em relação aos que abordam identidade visual de forma mais ampla, para compreender as diferenças e semelhanças. Isso não quer dizer que essas pesquisas entraram na contabilização da revisão sistemática de literatura. Elas não atingem os critérios para a inclusão, pois não abordam especificamente sobre capas de podcast em seus títulos, resumos ou palavras-chaves. Entretanto, suas leituras e análises são relevantes para compreender os estudos específicos sobre capas de podcast, porque englobam toda a área de identidade visual. No corpo do texto de dois dos casos se fala em capa de podcast e no outro, embora não explice a capa, ela é implicitamente um dos elementos da análise. Os três textos que constaram no Scopus são os mesmos do Web of Science e a única incidência do Dimensions.ai também já estava inclusa. Assim, 3 textos no total são classificados nessa categoria. Eles são: “El diseño gráfico de pódcast: Análisis de estrategias visuales”, de Fernando Suárez-Carballo e Aurora Pérez-Maíllo (2022); “La podcastfera española como comunidad de aprendizaje no formal. Competencias y estrategias educomunicativas desarrolladas por los podcasters independientes” de David García-Marín (2020) e “O Consumo de Podcast por Jovens Adultos como Alternativa de Acesso à Informação: Um Estudo Exploratório com Estudantes de Comunicação Social” de Miguel Midões e Teresa Gouveia (2024). Eles foram brevemente analisados, para que possam subsidiar contexto para os que ativamente entraram para RSL.

Os artigos que são os analisados na RSL são apenas o “Influencia de la calidad visual de las carátulas en la preferencia de póodcast” de María-Aurora Pérez-Maíllo, Fernando Suárez-Carballo e Juan-Ramón Martín-Sanromán (2022) e o “Podcasts sobre autismo uma proposta de análise de capas” de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu (2022). Houve uma construção de uma rede de autoria, dados do trabalho e a rede de citação desses dois textos. A rede de autoria foi criada pelo VOSViewer, já os dados do trabalho e a rede de citação foi feita manualmente, por meio dos modelos utilizados pelo Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor) e pelo livro de códigos estabelecido para as tabelas (Lopez, 2023).

Nos dados do trabalho, foram colocadas as seguintes informações: Ano; Título; Autor/a (primeiro autor/a); Gênero; Coautores/as; Gênero dos coautores/as; Tipo de autoria; Região de origem; Conceito 1; Conceito 2; Conceito 3; Palavra-chave 1; Palavra-Chave 2;

Palavra-chave 3; Palavra-Chave 4; Palavra-Chave 5; Palavra-Chave 6; Resumo; Método simples ou misto; Met 1; Met 2; Met 3; Qualitativo, quantitativo ou qualquantitativo; Natureza (gênero textual); Vínculos dos autores/as; Intertítulos; Observações.

Enquanto isso, na rede de citação, foram percebidos os seguintes aspectos: Autores citantes; Ano citante; Título citante; Gênero citante; Tipo de autoria; Autor citado; Ano citado; Título citado; Gênero citado; Autoria única ou coautoria; Gênero textual citado; Origem autor citado; Origem publicação citada; Observações; Link. Por fim, também foi feita uma tabela na qual todos os textos citados dos artigos foram colocados, para facilitar uma análise unificada.

4.6. Análise dos artigos de contexto

O estudo “El diseño gráfico de pódcast: Análisis de estrategias visuales”, de Fernando Suárez-Carballo e Aurora Pérez-Maíllo (2022), publicado como artigo na revista Grafica - Journal of Graphic Design, apareceu nos 3 buscadores: Dimensions.ai, WOS e Scopus. Ele investiga as estratégias visuais dos podcasts e evidencia o papel central do design gráfico na construção de identidade, na atração do público e na profissionalização do formato. Com a análise de conteúdo como metodologia, a pesquisa examina podcasts nativos de plataformas como Podium Podcast, Cuonda, Spain Media Radio, Spotify Studios, Podimo e Audible, revelando diversidade formal e heterogeneidade estética, marcada por autonomia visual, predomínio do formato quadrado e múltiplas adaptações para cabeçalhos e redes sociais. O design gráfico atua como recurso informativo e persuasivo, combinando ilustrações, tipografia, elementos de ícones e marcas de plataformas ou patrocinadores, reforçando conteúdo e estratégias de branded content. Conclui-se que a imagem é essencial para transformar os podcasts em marcas culturais, apesar da ausência de padrões visuais homogêneos.

O artigo “La podcastera española como comunidad de aprendizaje no formal. competencias y estrategias educomunicativas desarrolladas por los podcasters independientes”, de David García-Marín (2020), publicado na revista FONSECA, Journal of Communication, foi encontrado no WoS e no Scopus. Ele utilizou observação etnográfica, análise documental e cartográfica, e entrevistas qualitativas semiestruturadas como metodologias para propor uma taxonomia das competências digitais que podcasters podem

desenvolver em interação com a podsfera. Foram propostas 7 categorias, sendo elas: competências conectivas, etiquetagem, programação de código, produção web, design gráfico, gestão de redes sociais e produção de vídeo digital. Sobre a identidade visual, o autor explica que todos os podcasters entrevistados usam capas ou avatares para que seus programas sejam identificados nos serviços de hospedagem e nas redes sociais e o intuito é visibilidade, acompanhamento e maior número de ouvintes. Segundo a pesquisa, isso geralmente é produzido pelos próprios produtores e as imagens dão personalidade ao produto e associação com a marca. É ressaltado que em alguns casos, cada um dos episódios possui capa própria, diferente da principal do podcast, o que funciona como um reforço da individualidade de cada conteúdo.

“O Consumo de Podcast por Jovens Adultos como Alternativa de Acesso à Informação: Um Estudo Exploratório com Estudantes de Comunicação Social” Miguel Midões e Teresa Gouveia (2024), é um artigo publicado na Revista Media & Jornalismo, que também figurou no WoS e no Scopus simultaneamente. Nele, foi escolhida como metodologia uma análise quantitativa exploratória por meio de um questionário aplicado a 112 alunos portugueses de graduação em Comunicação Social e os resultados mostram as preferências de temáticas e tipologias de programas, bem como momentos do dia em que são escutados, as plataformas em que eles são consumidos e quais são os programas e podcasters mais citados. Além disso, os autores informam que há uma valorização significativa do conteúdo audiovisual e da identidade sonora e visual dos podcasts. A maioria dos estudantes considera o design gráfico um elemento essencial nos podcasts, com 76,78% atribuindo notas 4 ou 5 de importância numa escala de 0 a 5, em que 5 é a nota máxima, e houve ausência de avaliações mínimas. Esses resultados indicam que uma imagem consistente contribui no reconhecimento, no branding e na captação de novos ouvintes.

As pesquisas que foram excluídas na categoria de “identidade visual, mas não explicitamente capa de podcast” são fundamentais para compreender o contexto mais amplo sobre o impacto do design gráfico em relação tanto aos ouvintes, quanto aos designers, bem como aos próprios podcasters. O artigo de Fernando Suárez-Carballo e Aurora Pérez-Maíllo (2022) informa como formatos e elementos presentes na identidade visual, inclusive na capa, são levados em consideração na etapa de produção e revela que os resultados gráficos são heterogêneos. Já o de David García-Marín (2020) explicita como os podcasters costumam adquirir a habilidade de produzir essas peças de design gráfico, seja para as redes sociais ou para os próprios serviços de hospedagem, ainda mais nos casos em que há capas

individualizadas para cada programa lançado. Por fim, o de Miguel Midões e Teresa Gouveia (2024) foca na percepção de ouvintes de graduação sobre aspectos do podcast, incluindo a identidade visual, que foi bastante valorizada segundo o grupo analisado, embora seja uma pesquisa exploratória. Assim, esses textos abordam os fatores a serem considerados para a produção do design e capas dos produtos, esse processo sendo considerado uma competência necessária para a profissão e como a questão visual parassonora é percebida por alguns grupos de pessoas. Esses dados são relevantes para compreender a conjuntura dos estudos mais específicos sobre as capas de podcast.

4.7. Análise dos textos da Revisão Sistemática de Literatura

O primeiro texto específico sobre capas de podcast a ser analisado é “Influencia de la calidad visual de las carátulas en la preferencia de póodcast” de María-Aurora Pérez-Maíllo, Fernando Suárez-Carballo e Juan-Ramón Martín-Sanromán, artigo publicado em 30 de dezembro de 2022. Todos os três autores estavam vinculados à Universidad Pontificia de Salamanca, que é uma instituição particular situada em Salamanca, Espanha. Foi publicado na revista online Observatorio (OBS*), sediada em Lisboa, Portugal, que tem acesso gratuito e foco interdisciplinar nas Ciências da Comunicação, com publicações sem limitações de espaço e nas línguas maternas dos autores que falam português, espanhol, catalão, galego, italiano, francês e inglês (About the Journal, s.d.). As edições são trimestrais, saindo em março, junho, setembro e dezembro, respectivamente. O processo de revisão por pares é feito por duas pessoas que sejam especialistas acadêmicos ou da área de negócios da comunicação que estejam vinculados à instituições e localidades distintas, sendo que uma delas precisa ser falante da língua original do texto. A revisão é feita pelo processo duplo-cego, ou seja, os revisores e os autores são mantidos anônimos durante toda a etapa.

As 6 palavras chaves do artigo são, em espanhol “diseño gráfico, comunicación visual, calidad visual, póodcast, carátula, preferencia” e em inglês “hic design, visual communication, visual quality, podcast, cover, preference”. No resumo é abordado tanto qual a importância de capas de podcast, quanto o intuito e a metodologia utilizada e as conclusões do estudo. Nele, o design gráfico de um podcast é abordado como forma de orientar as decisões dos ouvintes, ainda mais considerando o volume de opções que existem na podcastsfera. O foco da pesquisa é compreender se a qualidade visual das capas desses programas tem impacto na preferência do

público, ou seja, se eles escolhem escutar ou não um podcast com base nas identidades gráficas. A análise teve um total de 186 participantes, utiliza uma metodologia que é uma combinação de julgamento especializado de quatro profissionais de design gráfico e uma pesquisa quantitativa sobre 12 capas de podcasts disponíveis na plataforma Podium Podcast. A partir da interpretação desses dados, os autores concluíram que as piores propostas visuais realmente impactam no descarte do programa. Entretanto, nos demais casos, outros fatores como título e popularidade influenciam mais na escolha. Além disso, indivíduos com mais conhecimento sobre comunicação visual apreciam mais a qualidade gráfica do material.

O texto tem 20 páginas, distribuídas em título, resumo e palavras chaves na primeira, introdução da segunda até o início da quinta, metodologia da quinta a sétima, desenvolvimento na oitava e nona, resultados da décima ao início da décima quinta e, por fim, conclusões e discussão na décima quinta e décima sexta. Da décima sétima a décima nona página são as referências e a vigésima é o anexo com as 12 capas de podcast que foram utilizadas na pesquisa. Ademais, durante o corpo do texto são ofertadas quatro tabelas e sete gráficos como forma de facilitar as visualização das informações encontradas.

Na introdução, define-se o que é design gráfico, quais suas características e intervenções na área da comunicação, competências necessárias para os profissionais da área, a interação entre esse processo e o público, define o que são estudos de recepção em relação ao aspecto visual e elenca as pesquisas que evidenciam a relevância da identidade gráfica na percepção, a discussão sobre a importância do visual em podcasts e as consequências da profissionalização do podcast em oportunidades para designers gráficos. Na metodologia, são apresentados os objetivos da pesquisa, as hipóteses levantadas, as técnicas utilizadas para conferir se as hipóteses procedem ou não, as variáveis e os estímulos, como foram elaboradas as perguntas e a quem foi perguntado. Nos resultados, os autores destrincham as respostas dos participantes, as diferenças e semelhanças entre os resultados dos estudantes e dos especialistas, o que influenciou nas escolhas e resultados estatisticamente relevantes ou irrelevantes. Por fim, nas conclusões e discussões, os autores entendem que foi possível confirmar as hipóteses apenas parcialmente, o que já foi explicitado no resumo, no qual as capas mais discretas graficamente foram mais recusadas, mas os podcasts que foram mais escolhido não foram coincidentes com as melhores identidades visuais. Além disso, eles debatem sobre a preferência de pessoas com maior afinidade com a área gráfica e discorrem sobre as possíveis limitações e contribuições do estudo. O título do podcast e o conteúdo do

podcast foram considerados os fatores mais decisivos para a escolha, seguido de conhecimento prévio e em terceiro lugar, a estética visual.

O artigo de María-Aurora Pérez-Maíllo, Fernando Suárez-Carballo e Juan-Ramón Martín-Sanromán usa uma metodologia mista, na qual primeiramente um questionário qualitativo foi aplicado à 4 especialistas para que eles avaliassem 14 capas de podcasts reais. Essas avaliações poderiam considerar a qualidade da peça gráfica alta, média-alta, média, média-baixa ou baixa. Depois de considerar os desvios das avaliações e os consensos feitos, os autores agrupam os podcasts nessas categorias. Posteriormente, foi feita uma enquete quantitativa com respostas únicas e escala de Likert²² com 32 alunos de graduação, sendo 16 da Dupla titulação em Jornalismo e Comunicação Audiovisual e os outros 16, de licenciaturas em Publicidade e Relações Públicas da mesma universidade que foi mantida anônima. Foi ressaltado o viés dos participantes, já que há contato prévio com a podcastsfera para os da dupla titulação e com os conhecimentos de design para os da licenciatura, o que é um fator decisivo na pesquisa. Os resultados são comparados às hipóteses iniciais e como os dados comprovam ou descartam essas suposições e são citadas as limitações e possibilidades de novas pesquisas. A metodologia utilizada é adequada, considerando que é um estudo piloto exploratório sobre a temática de capas de podcasts e as evidências são bem fundamentadas.

O texto referencia 47 obras, sendo que 32 delas foram publicadas na Europa, 7 na América Latina, 5 na América do Norte, 2 na Oceania e também 1 na Ásia (Figura 17). A predominância de citações europeias pode ser explicada pelo fato de todos os autores estarem vinculados a uma universidade espanhola. Todos os 7 textos publicados na América Latina que foram citados foram escritos em espanhol por autores que não são brasileiros. É importante salientar que, embora as pesquisas radiofônicas brasileiras sejam reconhecidas internacionalmente, com propostas de internacionalização desse conhecimento ancoradas numa perspectiva decolonial (Brito; John, 2024), elas não apareceram em nenhum momento no artigo “Influencia de la calidad visual de las carátulas en la preferencia de pódcast”, o que demonstra uma tensão epistemológica e paradigmática.

²² A escala de Likert é um método de pesquisa usado para medir opiniões. São apresentadas afirmações aos participantes, que indicam seu grau de concordância, normalmente em uma escala de 5 ou 7 pontos que vai de "discordo totalmente" a "concordo totalmente".

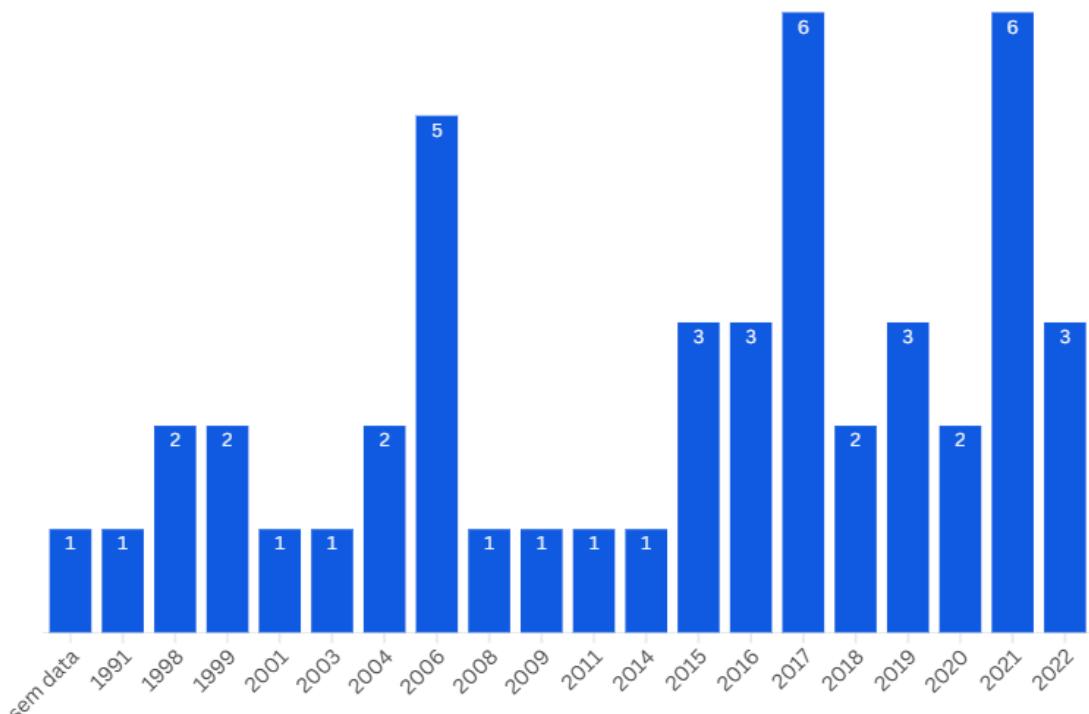
Figura 17 – Gráfico da distribuição geográfica dos locais de publicação das citações



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Ao se analisar a distribuição desses estudos em relação aos anos (Figura 18), é possível inferir que há uma concentração de citações em 2015 até 2022, sendo elas 28 das 47, o que significa 59,57% dos trabalhos citados. Apenas 6 textos citados são do século passado. É necessário ressaltar que o podcasting é um fenômeno relativamente novo, tendo surgido no início dos anos 2000, e, além disso, é possível compreender que os estudos sobre a podcastsfera costumam abordar temáticas da comunicação digital, que também cresceram após esse período. Contudo, o design possui uma trajetória mais antiga de pesquisa.

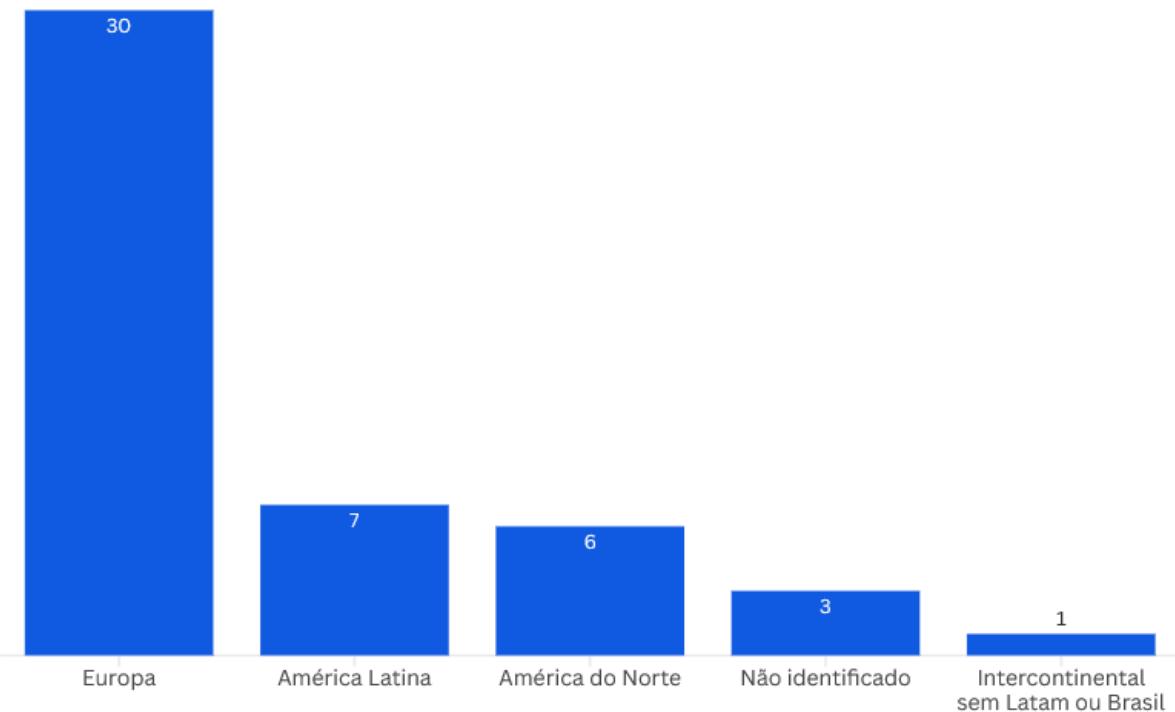
Figura 18 – Gráfico da distribuição temporal das publicações das citações



Fonte: autoria da própria com o Flourish

A região de origem dos autores citados (Figura 19) segue a mesma tendência da origem das publicações, com dados levemente diferentes: 30 são da Europa; 7 da América Latina; 6 da América do Norte; 3 não foram identificados; 1 é um texto que foi considerado intercontinental sem ser latino-americano ou brasileiro, de coautoria híbrida de três autores: o primeiro filipino-americano, a segunda sendo holandesa, e o terceiro sendo francês. A categoria intercontinental sem ser latino-americano ou brasileiro não constava no livro de códigos do ConJor (Lopez, 2023), entretanto, foi incluída pois surgiu a necessidade. Essas identificações são feitas manualmente, procurando pelas vinculações dos pesquisadores na internet, o que não garante necessariamente uma precisão. Entretanto, os dados são importantes para entender o contexto geral de quais as origens de formação de quem está sendo citado. Como Fábio Vizeu, Kamille Ramos Torres e Luan Matheus Pedrozo Kolachnek (2022) pontuam, as fundamentações teóricas nas quais os pesquisadores se amparam podem ter relação com as oportunidades que tiveram ao longo de suas carreiras acadêmicas.

Figura 19 – Gráfico da distribuição geográfica das origens dos autores citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Quanto ao formato textual dessas 47 peças, 18 são livros, seguidos de 17 textos em periódicos científicos (Figura 20). Todas as obras que os autores citam sobre podcast já estão

relacionadas com design, sendo os 10 textos de site sobre isso. Apenas um artigo sobre o tema que é citado. Ele é escrito por 2 dos 3 autores do texto, que é o artigo “El diseño gráfico de pódcast: análisis de estrategias visuales” de Fernando Suárez-Carballo e de Aurora Pérez-Maíllo (2022). Isso indica um déficit da formalização da temática, já que a única fonte acadêmica citada sobre a interseção entre o sonoro e o visual foi produzida pelos próprios pesquisadores da pesquisa sobre capas de podcasts e suas fontes são, em grande parte, não acadêmicas. Somente 2 textos citados são de eventos.

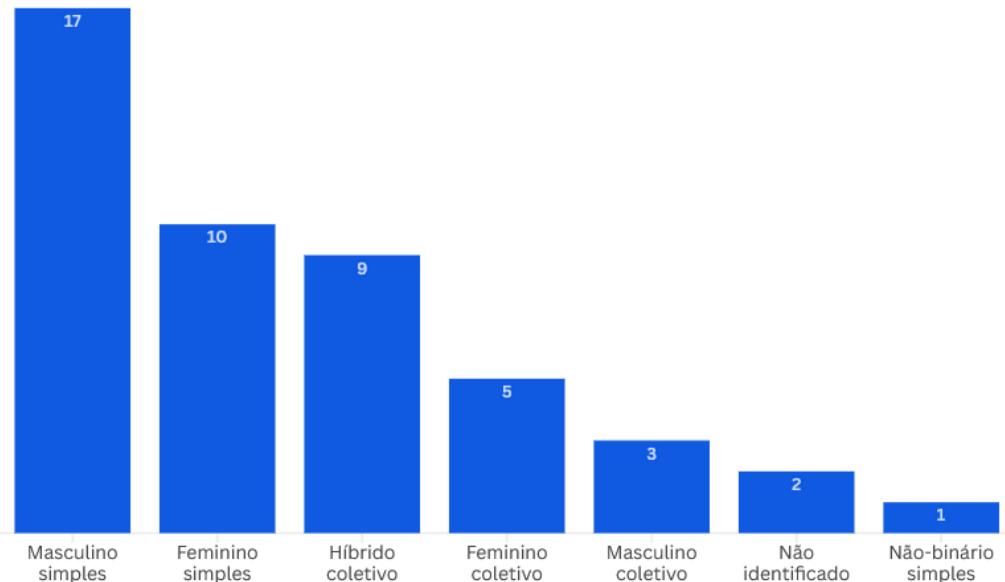
Figura 20 – Gráfico dos formatos textuais dos textos citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Outro fator que é identificado manualmente é o gênero dos indivíduos citados (Figura 21). Há um viés binário dentro dessa classificação, geralmente feita por heteroidentificação. Como é difícil de reunir informações sobre a auto identificação dos autores, é utilizado a mini bio deixada nos artigos. Caso não seja possível localizar, é inferido por meio de informações online, como auto identificação ou o uso de pronomes em apresentações institucionais ou acadêmicas. Houve ainda heteroidentificação por fotografias, o que foi realizado somente nos casos em que as estratégias anteriores não geraram resultados. São classificados como não identificados casos ambíguos ou que esse dado não seja possível de localizar e documentos assinados por instituições. Homens tiveram liderança com 20 citações, sendo 17 dessas escritas individualmente e 3 em coletivo; enquanto as mulheres possuem 15 citações, sendo 10 dessas simples e 5 conjuntas. As citações híbridas são mistas de homens e mulheres, e inherentemente coletivas e figuram 9 vezes no texto sobre qualidade gráfica das capas de podcast. Houve 2 casos em que não foi possível identificar o gênero e 1 autoria simples em que foi possível encontrar na internet uma auto-identificação de pessoa não-binária.

Figura 21 – Gráfico de gênero dos autores citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

É possível classificar o tipo de autoria em simples e co-autoria (Figura 22). Houve uma maioria de textos de autoria simples, com 29 ocorrências, enquanto a co-autoria aparece 17 vezes. Apenas um texto está como não identificado, pois é assinado por uma instituição.

Figura 22 – Gráfico de tipo de autoria dos textos citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Já o segundo texto que figurou na coleta após a exclusão foi “Podcasts sobre autismo: uma proposta de análise de capas” de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu, publicado em 22 de setembro de 2022. Todos os autores estavam vinculados à Universidade Federal de Goiás, em Goiânia, no estado de Goiás, no Brasil. A proposta da pesquisa foi inicialmente apresentada no 2º Colóquio de Pesquisas com Imagens, coordenado pelo PPGCOM da Universidade Federal de Goiás, sem publicação prévia.

O artigo foi lançado no volume 10, número 23 (2022): Fotojornalismo(s) da revista Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia, vinculada à Universidade de Sorocaba, sediada em

Sorocaba, São Paulo, Brasil, que publica textos de pesquisadores vinculados a PPGs Stricto Sensu nacional ou internacional, podendo ser publicados materiais de mestrados e doutorandos se em coautoria com doutores (Sobre a Revista, s.d.). Essas pesquisas podem advir de diversas áreas do conhecimento, tomando a forma de artigos, resenhas e entrevistas para dossiês temáticos ou entrar na parte de artigos livres. No que diz respeito ao formato, o artigo necessita de ter de 35.000 a 50.000 caracteres, já incluindo espaços; título, resumo e 3 palavras-chave em português, inglês e espanhol, seguindo as normas da ABNT vigente e a proposta precisa ser autoral, inédita, ser relevante para os temas abordados editorialmente e não estar sendo considerada para publicação em outra revista (Submissões, s.d.). Os trabalhos podem ser individuais ou coletivos com no máximo três autores. Os artigos, que podem ser escritos em português, inglês, espanhol e francês, são avaliados por pareceristas do Conselho Científico, que são professores com doutorado e pesquisadores de universidades de comunicação do Brasil e de outros países (Anúncios, s.d.). Não foi possível identificar no site da revista detalhes mais aprofundados sobre como a revisão é feita, entretanto, é explicitado que os autores não são identificados durante essa etapa, não podendo haver nada no texto que os indique durante esse processo.

As 3 palavras-chave do artigo de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu (2022) são, em português, “podcast, autismo, análise cultural”; em inglês, “podcast, autism, cultural analysis” e em espanhol, “pódcast, autismo, análisis cultural”. No resumo é apresentado o que é o Transtorno do Espectro do Autismo e como socialmente é construída essa comunidade, bem como que o texto busca unir os estudos críticos do autismo com os Estudos Culturais ao analisar de capas de podcasts brasileiros sobre o tema tendo como metodologia o modelo de análise cultural. Por fim, é exposto que o resultado obtido é que a percepção sobre capas de programas produzidos por autistas possuem distinções culturais em relação às que são de programas de especialistas em autistas.

O material tem 20 páginas, nas quais as duas primeiras contêm o título, resumo, palavras-chaves e as datas sobre quando o texto foi recebido e quando foi aprovado. A introdução ocupa a página 3 e 4; enquanto o tópico dois, que fala sobre autismo e estudos culturais, vai da 5 à metade da 7. O tópico 3, que aborda as relações entre podcast e cultura e faz uma proposta de olhar completa a sétima página e acaba na nona; o tópico 4, que apresenta a proposta de análise de capas, vai da décima ao início da décima quinta e no decorrer da décima quinta página até as duas primeiras linhas da décima sexta, são expostas

as considerações finais. Por fim, da décima sexta à décima oitava página, são registradas as referências utilizadas.

Na etapa de introdução, Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu (2022), definem o que é o Transtorno do Espectro do Autismo (TEA), uma breve contextualização sobre diferentes vozes que se propuseram a falar sobre o tópico em meio à tensões socioculturais e como isso se relaciona com o podcasting. Eles citam também o histórico de podcasts que tangem o autismo no Brasil e como as imagens de capa se tornaram mais relevantes para eles. No tópico 2, é justificado o porquê de abordarem o autismo sob outra luz além da mais convencional, já que é um tema que é mais comumente associado às ciências da saúde. Ademais, eles explicitam que existem disputas sobre não somente as percepções sobre a temática, mas também a forma que países e instituições compreendem e lidam com ela. Nesse momento, é explicado o que são os “estudos críticos do autismo” por meio das visões de diferentes pesquisadores e depois, é definido o que são os estudos culturais e como eles são focados na interdisciplinaridade, quais são as controvérsias e vantagens de se utilizar essa perspectiva para basear a pesquisa e interseções entre “cultura” e “autismo” e as produções pertencentes a esse grupo em suportes midiáticos diversos, como YouTube, livros, redes sociais e podcasts. O tópico 3 aborda sobre o poder simbólico da imagem e como isso impacta a decisão de analisar capas de podcast, amparando-se nos estudos culturais; e o 4 é relatado como foi a seleção dos 5 podcasts, os procedimentos metodológicos e as observações sobre as semelhanças e as diferenças entre as capas e os significados que elas evocam, as problemáticas e heterogeneidades. Por fim, chega-se às considerações finais, nais quais os autores discorrem sobre as semelhanças entre as capas de figuras de autoridade e a falta de padronização entre as identidades visuais de programas feitos por pessoas autistas, justamente pois suas vivências são plurais e como isso demonstra processos de conflitos de imagem.

Não são explicitados no artigo de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu nem o critério utilizado para a exclusão de 8 dos 13 podcasts, nem a motivação, e a diminuição da amostragem sem critérios bem definidos pode afetar a análise das capas. A escolha de incluir 3 podcasts de pessoas autistas e apenas 2 de especialistas no tema é feita para respeitar que na lista de 13 programas havia mais do primeiro grupo do que o segundo, mas não é demonstrado se a proporção é a mesma, aproximadamente a mesma ou se não é proporcional. As metodologias propostas, que são a montagem de capas, bem como as descrições e análises qualitativas dos elementos visuais dos podcasts conseguem responder as questões centrais da pesquisa, porém os critérios de seleção não são transparentes. Com a amostragem selecionada,

a pesquisa possui resultados relevantes, mas não é possível extrapolar para todos os podcasts brasileiros sobre o tema.

A pesquisa “Podcasts sobre autismo: uma proposta de análise de capas” cita 28 textos. Ao analisar a distribuição geográfica (Figura 23), 18 deles foram publicados no Brasil, o que corresponde a 64,29%. A próxima região com mais citações é a Europa, com metade do número das produções brasileiras, ou seja, 9 obras. Por fim, há uma publicação citada que advém da Oceania. Essa concentração de textos brasileiros também pode estar associada aos três autores estarem associados a uma universidade brasileira.

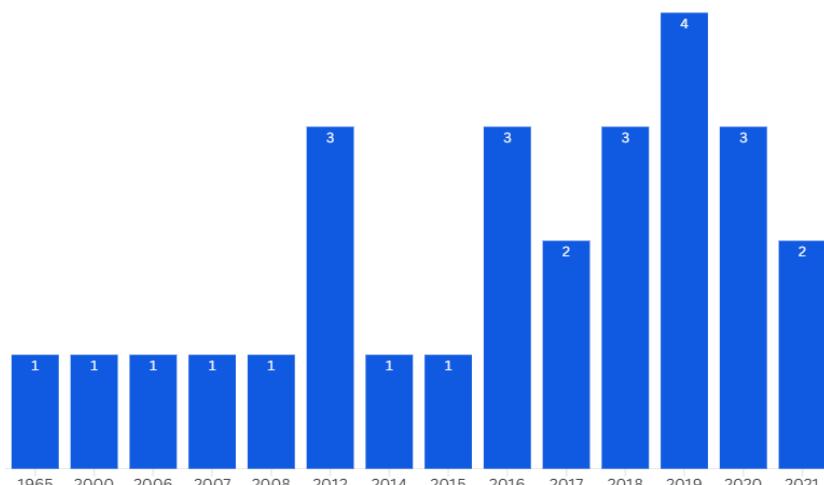
Figura 23 – Gráfico da distribuição geográfica dos locais de publicação das citações



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Quanto à disposição das citações ao longo do tempo (Figura 24), 60,71% foram escritas entre 2016 e 2021. Apenas dois textos são do século passado, sendo eles o de 1965 e o de 2000. Isso demonstra que a maior parte da fundamentação ocorreu com textos dos últimos 5 anos antes da publicação do artigo de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu.

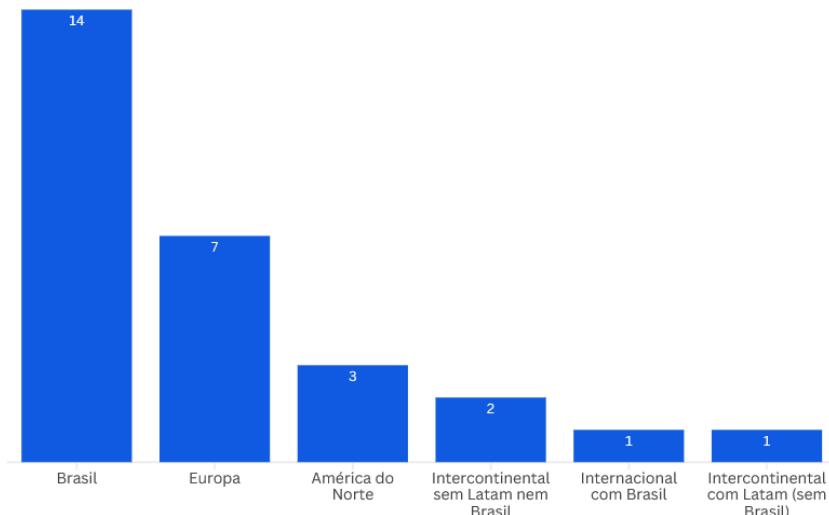
Figura 24 – Gráfico da distribuição temporal das publicações das citações



Fonte: autoria da própria com o Flourish

A maior parte dos autores citados no texto (14 ocorrências ou 50%) advém do Brasil, o país de publicação do artigo analisado (Figura 25). Em seguida, os escritores europeus aparecem em 7 momentos ou 25%. Posteriormente, as regiões das quais os pesquisadores referenciados são: 3 da América do Norte, 2 são intercontinentais com latino-americanos, mas sem serem brasileiros; 1 é intercontinental sem serem latino-americanos nem brasileiros e 1 é internacional com Brasil.

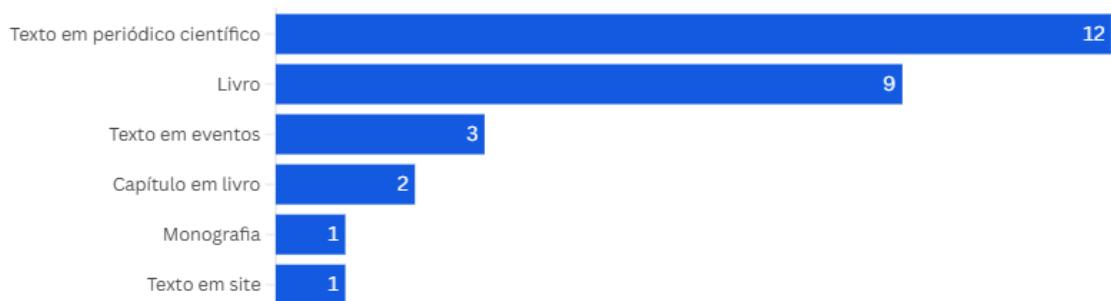
Figura 25 – Gráfico da distribuição geográfica das origens dos autores citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Quanto ao gênero textual citado (Figura 26), os textos em periódicos científicos são os que mais aparecem, com 12 ocorrências, o que corresponde a 42,86%. Os livros estão em segundo lugar, com 9 citações, ou seja, 32,14%, seguidos de 3 textos em eventos, 2 capítulos em livros, 1 monografia e 1 texto em site.

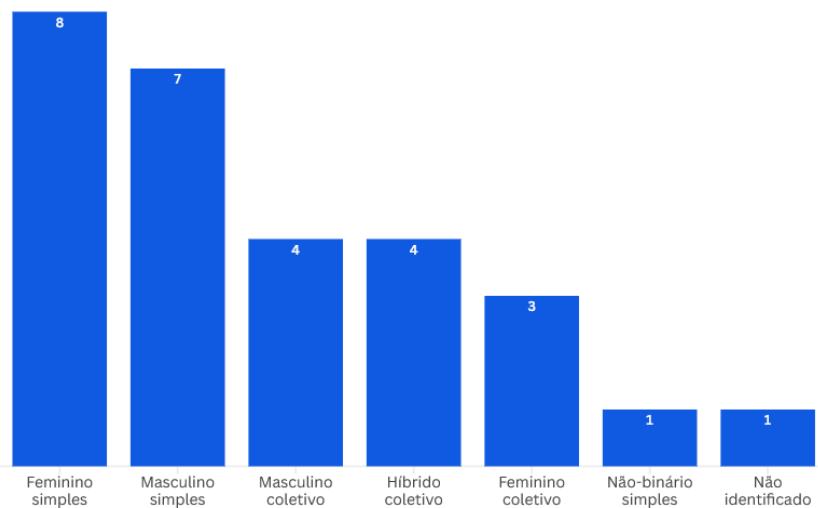
Figura 26 – Gráfico dos formatos textuais dos textos citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

O índice de citações gerais de mulheres e homens é igual, com 11 ocorrências de cada, como demonstrado na Figura 27. Entretanto, a distribuição é de 8 textos individuais e 3 coletivos de autoria feminina, enquanto aparecem 7 textos individuais e 4 coletivos masculinos. Houveram 4 textos híbridos, que são por essência coletivos, 1 texto com o gênero dos autores não identificado e 1 em que foi possível encontrar na internet uma auto-identificação de pessoa não-binária.

Figura 27 – Gráfico de gênero dos autores citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Ao analisar o tipo de autoria (Figura 28), é possível perceber que houve uma maioria de textos simples, que aparecem 16 vezes, ou 57,14%, em comparação com os textos de co-autoria, que possuem 12 ocorrências, ou 42,86% dos total.

Figura 28 – Gráfico de tipo de autoria dos textos citados



Fonte: autoria da própria com o Flourish

Durante a visualização feita no VOSViewer (Figura 29), foi possível perceber que os dois textos foram publicados em formato de artigo por revistas de comunicação em 2022, com três autores cada, com os três vinculados à mesma instituição, com uma mulher como autora

principal e dois homens como coautores. A representação gerada no software corresponde a um grafo desconexo, o que demonstra a escassez de textos e a falta de diversidade sobre o assunto.

Figura 29 – Visualização de Overlay no VOSViewer



Fonte: VOSViewer, 2025.

A única palavra-chave em comum entre eles foi “podcast” e ambos os estudos analisaram capas de podcast já existentes, embora tenham feito suas observações com fundamentações teóricas e metodológicas distintas. Os anos de concentração de citação são parecidos, um de 2015 a 2022 e o outro de 2016 a 2021, o que demonstra a preocupação em trazer debates atualizados. Os gêneros textuais das citações do texto sobre capas de podcasts sobre autismo são um pouco mais diversificadas em comparação com os da qualidade gráfica, mas os dois têm maior citação de textos simples do que coletivos. Não há nenhum texto citado em comum entre eles, portanto, é possível perceber que foram fundamentados em perspectivas teórico-metodológicas e ontológicas distintas. Tanto a escassez de estudos específicos sobre capas de podcasts quanto a heterogeneidade dos que foram coletados foram previstas nas limitações metodológicas da RSL.

Algumas hipóteses foram levantadas ao longo do processo sobre o porquê as análises sobre capas de podcast não chegam às revistas que estão nas bases de dados dos buscadores e indexadores utilizados nesta pesquisa. Uma delas é que elas são publicadas em anais de congressos, como o texto que originou essa pesquisa, que é “Estudos sobre design e podcasting: uma revisão de literatura” de Lívia Gariglio, Amanda de Paula Almeida, Vítor Hugo de Oliveira Lopes e Debora Cristina Lopez (2023), ou como uma etapa que aparece em

um relato de experiência, como o Podcast Microbiando de Sidcley Silva de Lyra, Adriana Cabanelas, Rosana B. R. Ferreira, Juliana Echevarria-Lima, Ana Carolina de Oliveira e Leandro Araujo Lobo (2022), encontrado no Semantic Scholar. Outra hipótese seria a de que o podcasting como objeto teria sido delimitado recentemente e, portanto, as pesquisas sobre o fenômeno estariam em crescimento e pesquisas interdisciplinares como as sobre capas de podcasts estariam ainda em um processo de amadurecimento.

Textos que abordam o mesmo termo podem divergir em premissas ontológicas, conceitos fundamentais, metodologia ou mesmo nos interesses de pesquisa, segundo Vizeu, Torres e Kolachnek (2022), além de compreenderem que esses elementos estão ancorados numa dimensão política da área acadêmica. Compreender elementos parassonoros específicos, como capas de podcast, pode não ter sido uma premissa de destaque para as revistas que abordam podcasting e que são indexadas no Scopus, Web of Science e Dimensions.ai.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o surgimento dos podcasts, já existia a possibilidade de atribuir uma capa a esses programas radiofônicos. Isso se deve ao fato de que o arquivo RSS em formato .xml, utilizado pelos agregadores de feed, permitia, depois da adição do enclosure, incluir uma imagem vinculada à esse resumo. Essa imagem podia ser exibida na interface do agregador, funcionando como um ícone perto do nome do podcast. Não é possível determinar com precisão a frequência de uso desse recurso nos primeiros anos da podosfera; contudo, registros visuais resgatados da internet, datados de 2005, 2006 e 2009, indicam que, nesse período, alguns agregadores já incorporavam elementos de identidade visual na apresentação dos podcasts para os ouvintes.

É possível encontrar várias publicações feitas em sites explicando a importância de uma identidade visual para começar a criar dentro da podosfera apenas pesquisando “capa de podcast” em um buscador como o Google. Ao navegar por fóruns online de comunidades de ouvintes, também são encontradas discussões sobre o tema, como por exemplo, no subreddit sobre podcasting ou em grupos próprios. Seja podcasters pedindo recomendações para uma melhor produção de materiais gráficos²³, curadorias de capas consideradas boas²⁴, ou mesmo fãs transformando um podcast em livros, utilizando a capa e outros elementos da identidade visual como base para construir a do novo produto²⁵. Entretanto, ao fazer uma busca científica sobre capas de podcast, por meio de uma revisão sistemática em três buscadores, os resultados foram menores do que esperados: apenas dois textos. Caso se expanda um pouco mais o conceito, mesmo que não seja o objetivo da revisão sistemática, é possível contabilizar mais três textos que figuram na pesquisa que abordam identidade visual de programas.

Os estudos sobre capas de podcast são dispersos, pouco indexados nos buscadores Scopus, Web of Science e [Dimensions.ai](#). Nos textos explicitamente sobre esse recorte, não houve uma relação paradigmática ou metodológica clara entre eles. Ao analisá-los

²³ Disponível em: https://www.reddit.com/r/podcasting/comments/10rqzbp/looking_for_podcast_cover_art_advice/. Acesso em 2 ago. 2025.

²⁴ Disponível em: https://www.reddit.com/r/podcasting/comments/kdoep2/great_examples_of_podcast_cover_art/. Acesso em 2 ago. 2025.

²⁵ Disponível em: https://www.reddit.com/r/podcasting/comments/1lmi4j5/how_do_we_feel_about_podcasts_that_show_their/. Acesso em 2 ago. 2025.

conectando-os com as pesquisas do contexto geral de identidade visual, é possível perceber algumas tendências, embora ainda incipientes. Tanto “Influencia de la calidad visual de las carátulas en la preferencia de pódcast” de María-Aurora Pérez-Maíllo, Fernando Suárez-Carballo e Juan-Ramón Martín-Sanromán (2022), “Podcasts sobre autismo uma proposta de análise de capas” de Ana Rita Vidica, Ricardo Pavan e Tiago Abreu (2022) e “O Consumo de Podcast por Jovens Adultos como Alternativa de Acesso à Informação: Um Estudo Exploratório com Estudantes de Comunicação Social” de Miguel Midões e Teresa Gouveia (2024) exploram como os consumidores interagem com elementos gráficos; enquanto “El diseño gráfico de pódcast: Análisis de estrategias visuales”, de Fernando Suárez-Carballo e Aurora Pérez-Maíllo (2022) e “La podcastera española como comunidad de aprendizaje no formal. Competencias y estrategias educomunicativas desarrolladas por los podcasters independientes” de David García-Marín (2020) aborda a identidade visual como parte da etapa de produção, com habilidades específicas que precisam ser empregadas para criar essas obras visuais que são necessárias para um podcast na podosfera atual.

Entretanto, esses resultados frustram a hipótese inicial de que haveriam textos o suficiente para discorrer sobre o que as pesquisas acadêmicas pontuam sobre capas de podcast. A revisão sistemática de literatura é focada dentro dessa delimitação e dos resultados dessa busca, o que se pode inferir é que não há, dentro dos três buscadores analisados, evidências o suficiente para compreender como isso é pensado cientificamente, nem no Brasil, nem internacionalmente. Alguns dos possíveis motivos podem ser a informalidade desse debate, que é significativo em sites, blogs e fóruns; a falta de interesse de revistas que estejam nesses buscadores e a publicação de pesquisas sobre a intersecção entre design e podcasts apenas em anais de eventos. Seriam necessárias novas pesquisas para considerar a produção sobre capas de podcasts em trabalhos de conclusão de curso, teses, dissertações, produções em eventos e até mesmo as contribuições das publicações informais para ser possível elaborar um panorama mais abrangente sobre como esse elemento gráfico específico é pensado. Uma RSL apenas no Scopus, Dimensions.ai e Web of Science não é capaz de responder qual a relação entre o design e o sonoro nas produções acadêmicas, mas nos dá pistas sobre como ela é (ou não é) estruturada dentro da área.

REFERÊNCIAS

ABOUT the Journal. **Observatorio**. 2025. Disponível em:
<https://obs.obercom.pt/index.php/obs/about>. Acesso em: 29 jul. 2025.

ALMEIDA, Gabriela Cavalcanti Carneiro de. **A mulher na pesquisa em jornalismo teses e dissertações defendidas em Programas de Pós- graduação em Jornalismo e Comunicação do Brasil (1972-2015)**. 2018. Dissertação (Pós-graduação em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa. Disponível em:
https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UEPG_e6909c6b46799c030b9a747e5d8342bf. Acesso em: 20 jun. 2025.

AMORIM, Andrea de Lima Trigueiro; ARAÚJO, Maria Jovelina da Cruz Guimarães. **Como o isolamento social causado pela pandemia de covid-19 impactou o consumo de podcasts no Brasil: uma análise de matérias jornalísticas nacionais**. Brazilian Journal of Development, 2021. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/26323>. Acesso em: 18 set. 2024.

ANÚNCIOS. **Tríade**. [s.d.]. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/announcement>. Acesso em: 28 jul. 2025.

AVELAR, Kamilla; PRATA, Nair; MARTINS, Henrique Cordeiro. **Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., Joinville, 2018. Anais [...], Joinville: Intercom, 2018. Disponível em:
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0147-1.pdf>. Acesso em: 10 set. 2024.

BASSON, Isabel; SIMARD, Marc-André; OUANGRÉ, Zoé Aubierge; SUGIMOTO, Cassidy R.; LARIVIÈRE, Vincent. **The effect of data sources on the measurement of open access: A comparison of Dimensions and the Web of Science**. PLoS ONE, 2022. Disponível em:
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0265545>. Acesso em: 7 out. 2024.

BECKSTEAD, Lori; MCGREGOR, Hannah; COOK, Ian M. **Podcast or perish: Peer review and knowledge creation for the 21st century**. 2024.

BERTOLUCCI, Jeff. **Bloglines review: Bloglines**. 2006. Disponível em:
<https://www.cnet.com/reviews/bloglines-review/>. Acesso em: 2 ago. 2025.

BOTTOMLEY, Andrew J. **Podcasting: A decade in the life of a “new” audio medium: Introduction**. Journal of radio & audio media, v. 22, n. 2, p. 164-169, 2015.

BRITO, Maíra Rossin Gioia de; JOHN, Valquiria Michela. **Um Giro do sul para o norte: a pesquisa brasileira de rádio e a (de) colonialidade do saber**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 22, n. 44, 2024. Disponível em:
<https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1076/983>. Acesso: 9 ago. 2025.

CARBALLO, Fernando Suárez; PÉREZ-MAÍLLO, Aurora. **El diseño gráfico de pócast: análisis de estrategias visuales**. grafica, v. 10, n. 19, p. 55-62, 2022. Disponível em:
<https://raco.cat/index.php/Grafica/article/view/v10-n19-suarez-perez/217-pdf-es>. Acesso em: 3 ago. 2024.

CASTRO, Gisela G. S. **Podcasting e consumo cultural**. E-Compós, [S. l.], v. 4, 2005. Disponível em:
<https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/53>. Acesso em: 9 ago. 2024.

COMPUTER Science Lessons. **Digital Audio Explained.** Youtube, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ibrf6LHloGc>. Acesso em: 26 jun. 2025.

CONTEÚDO do Scopus. **Elsevier.** [s.d.]. Disponível em: <https://www.elsevier.com/pt-br/products/scopus/content>. Acesso em: 28 jul. 2025.

COOK, Deborah J.; MULROW, Cynthia D.; HAYNES, R. Brian. **Systematic reviews: synthesis of best evidence for clinical decisions.** Annals of internal medicine, v. 126, n. 5, p. 376-380, 1997.

COUTO, Ana Luíza S.; MARTINO, Luís Mauro Sá. **Dimensões da pesquisa sobre podcast: trilhas conceituais e metodológicas de teses e dissertações de PPGComs (2006-2017).** Mariana-MG: Revista Rádio-Leituras, p. 48-68, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/1394>. Acesso em: 6 maio 2025.

CUNHA, Mágda. **O rádio na nova ecologia de mídia.** Estudos radiofônicos no Brasil, v. 25, p. 343-357, 2016. Disponível em: <https://posjor.paginas.ufsc.br/files/2020/02/Estudos-Radiofonicos-no-Brasil-1.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2025.

DIGITAL Science. **Dimensions.ai.**[s.d.]. Disponível em: <https://app.dimensions.ai/>. Acesso em: 21 jul. 2025.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21.** In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0046-1.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2025.

FIGUEIRA, Ana Cristina Peixoto; BEVILAQUA, Diego Vaz. **Podcasts de divulgação científica: levantamento exploratório dos formatos de programas brasileiros.** RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 120-138, jan./mar. 2022. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2427>. Acesso em: 4 out. 2024.

FLEISCHER, Soraya Resende; MOTA, Julia Couto. **Mundaréu: um podcast de Antropologia como uma ferramenta polivalente.** GIS - Gesto, Imagem E Som - Revista De Antropologia, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/gis/article/view/172390>. Acesso em: 11 set. 2024.

GARIGLIO, Lívia; LOPEZ, Debora Cristina; FREIRE, Marcelo; VIEIRA, João Vítor Costa Marçenes. **Uma periodização do RSS como tecnologia de circulação de áudio: 25 anos depois.** In: XVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), 2024.

GARIGLIO, Lívia; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; MARCENES, João. **Uma periodização do RSS como tecnologia de circulação de áudio: 25 anos depois.** In: Anais do XVII Congresso Latino-Americano de Pesquisa em Comunicação, 2024, Bauru. Anais [...] Bauru, Alaic, 2024.

GARSON, Marcelo. **O conceito de convergência e suas armadilhas.** Galáxia (São Paulo), n. 40, p. 57-70, 2019.

GOMES, Adriano Lopes. **O rádio e a experiência estética na constituição do ouvinte.** Covilhã, Portugal: BOCC-Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em:
<https://bocc.ubi.pt/pag/gomes-adriano-radio-experiencia-estetica.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2024.

GPODDER: Media aggregator and podcast client. **gPodder.** [s.d.]. Disponível em:
<https://gpodder.github.io/>. Acesso em: 12 ago. 2025.

GRUSZYNSKI, Ana; DAMASCENO, Patrícia Lopes; BANDEIRA, Ana da Rosa; SANSEVERINO, Gabriela. **Estratégias de pesquisa em design editorial e jornalismo.** In: 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 2016.

GUTIÉRREZ, Porlán; CIFUENTES, Isabel Rodríguez; TRINIDAD, María. **Haciendo historia del podcast. Referencias sobre su origen y evolución.** In: Podcast educativo. Aplicaciones y orientaciones del m-learning para la enseñanza (pp.37-53). MAD Eduforma, 2010. Disponível em:
<https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/37469>. Acesso em: 10 mar. 2025.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **A produção científica sobre o rádio no Brasil: livros, artigos, dissertações e teses (1991-2001).** Revista Famecos, v. 11, n. 25, p. 119-126, 2004. Disponível em:
<https://revistaseletronicas.puers.br/revistafamecos/article/view/3291/2549>. Acesso em: 6 jul. 2025.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Trajetória das pesquisas em rádio no Brasil.** Rádio-Leituras, 2011. Disponível em:
https://repositorio.puers.br/dspace/bitstream/10923/9772/2/Trajetoria_das_pesquisas_em_radio_no_Brasil.pdf. Acesso em: 7 jul. 2025.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **A pesquisa em rádio no Brasil: o papel do GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom e dos PPG em Comunicação.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1130-1.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2025.

HENDRON, John G. **RSS for educators: blogs, newsfeeds, podcasts, and wikis in the classroom.** International Society for Technology in Education, 2008.

IGBINLOLA, Olukunmi; OLATUNDE, Comfort. **Knowledge Sharing by Librarians Using Social Media Tools in Private Universities in Osun State.** Niger Delta Journal of Library and Information Science, v. 4, n. 1, 2023. Disponível em:
<https://ndjlis.fuotuoke.edu.ng/index.php/ndjlis/article/download/48/46>. Acesso em: 17 jul. 2024.

INCLUSION Guidelines for Webmasters. **Google Scholar**, s.d. Disponível em:
<https://scholar.google.com/intl/en/scholar/inclusion.html#overview>. Acesso em: 6 out. 2024.

INSIDE Audio 2023. **Kantar Ibope Media.** 2023. Disponível em:
<https://kantaribopemedia.com/conteudo/estudo/inside-audio-2023/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

INSIDE Audio 2024. **Kantar Ibope Media.** 2024. Disponível em:
<https://kantaribopemedia.com/inside-audio-2024/>. Acesso em: 11 ago. 2024.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: Where old and new media collide.** New York, NY: New York Press, 2006.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** Aleph, 2015.

KEMP, Simon. **Digital 2023: Global overview report.** DataReportal, 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 20 abr. 2025.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MODESTO, Cláudia Figueiredo. **Interações e mediações – Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica.** Questões Transversais, São Leopoldo, Brasil, v. 2, n. 3, 2014. Disponível em:

<https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/8557>. Acesso em: 18 jul. 2024.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; MUSTAFÁ, Izani; FREIRE, Marcelo; CONSCIENTE, Patrícia; LOPES DO COUTO, Leonardo. **A inserção dos estudos radiofônicos e de mídia sonora na pós-graduação em Comunicação no Brasil.** Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora , v. 12, n. 3, p. 6-27, 14 jan. 2022. Disponível em:

<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5256>. Acesso em: 18 maio 2025.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Riscos à diversidade no ecossistema de podcasting na América Latina.** In: ANAIS DO 33º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2024, Niterói. Anais eletrônicos [...], Galoá, 2024. Disponível em:
<https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/riscos-a-diversidade-no-ecossistema-de-podcasting-na-america-latina>. Acesso em: 22 maio 2025.

KLÖCKNER, Luciano; GÖTZ, Ciro Augusto Francisconi. **O Repórter Eso: a primeira vítima da censura de 1964.** Revista Brasileira de História da Mídia, v. 13, n. 2, 2024. Disponível em:
<https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/viewFile/14593/8869>. Acesso em: 16 jun. 2025.

KOCHHANN, Roscélia. **Pensar o objeto radiofônico: questões orientativas para um olhar ampliado para pesquisas de processos de comunicação radiofônica.** Radiofonias–Revista de Estudos em Mídia Sonora, v. 15, n. 3, p. 06-21, 2024. Disponível em:
<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/7688/5864>. Acesso em: ?

KOCHHANN, Roscélia; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora. **Rádio: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos.** VIII Encontro Nacional de História da Mídia, Guarapuava, 2011. Disponível em:
https://www.academia.edu/691541/R%C3%A1dio_converg%C3%A3ncia_tecnol%C3%B3gica_e_a_evolu%C3%A7%C3%A3o_dos_dispositivos. Acesso em: 21 abr. 2025.

LATIN America: most downloaded podcasts 2025. **Statista.** 2025. Disponível em:
<https://www.statista.com/statistics/1133819/podcasts-latin-america/>. Acesso em: 2 abr. 2025.

LAYTON, Julia; STRICKLAND, Jonathan. **How iTunes Works.** How Stuff Works. [s.d.]. Disponível em: <https://electronics.howstuffworks.com/itunes.htm>. Acesso em: 2 ago. 2025.

LEE, Mark JW; MILLER, Charlynn; NEWNHAM, Leon. **RSS and content syndication in higher education: subscribing to a new model of teaching and learning.** Educational Media International, v. 45, n. 4, p. 311-322, 2008.

LEGORBURU, José María; EDO, Concha; GONZÁLEZ, Aurora García. **Reportaje sonoro y podcasting, el despertar de un género durmiente en España. El caso de Podium Podcast.** Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2021. Disponível em:
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/71204>. Acesso em: 5 set. 2024.

LINNENLUECKE, Martina K; MARRONE, Maurício; SINGH, Abhay Kumar. **Conducting systematic literature reviews and bibliometric analyses.** Australian Journal of Management, 2019. Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0312896219877678>. Acesso em: 16 ago. 2024.

LITERATURE Search: Semantic Scholar. **Commerce Research Library.** [s.d.]. Disponível em:
<https://library.doc.gov/c.php?g=1127321&p=9961066>. Acesso em: 6 out. 2024.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de e ROMANCINI, Richard. Pós-graduação. Tradução. Brasília: Ipea, 2012. Disponível em:
<https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002282413.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2025.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2009. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/5209>. Acesso em: 10 jul. 2024.

LOPEZ, Debora Cristina. **Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica.** História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009. Disponível em:
https://d1wqxts1xzle7.cloudfront.net/30837631/Marcos_tecnologicos_do_radiojornalismo_no_Brasil-libre.pdf?. Acesso em: 8 jun. 2025.

LOPEZ, Debora Cristina; CORTEZ, Natália; JÁUREGUI, Carlos; FREIRE, Marcelo. **Platformed listening in podcasting: An approach from material and scales potentials.** Convergence, v. 29, n. 4, p. 836-853, 2023.

LOPEZ, Debora Cristina. **Metodologias de pesquisa para os estudos radiofônicos: desafios para entender o campo.** Ouro Preto, 2023, mimeo.

LOPEZ, Debora Cristina; FREIRE, Marcelo; CORTEZ, Natalia. **A evolução do áudio a partir de formatos físico e digital: considerações sobre o lugar da tecnologia no rádio.** In: Anais do 8º Encontro Regional Sudeste, 2024, Belo Horizonte. Anais [...], Belo Horizonte, Alcar, 2024.

LOVISI, Pedro. **Popularidade do podcast sobe no isolamento social.** Folha de S. Paulo. 2021. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2021/08/popularidade-do-podcast-sobe-no-isolamento-social.shtml>. Acesso em: 7 ago. 2024.

LUIZ, Lúcio; ASSIS, Pablo de. **O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais.** XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul-RS, 2010. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-0302-1.pdf>. Acesso em: 16 set. 2024.

MARITAN, Matheus; LOPEZ, Debora Cristina. **Afetações multiplataforma e multimídia na composição da identidade de emissoras de rádio: hibridização e reiterações.** In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020, Online. Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2020. v. 1. p. 1-15. Disponível em:
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1165-1.pdf>. Acesso em: 24 set. 2024.

MARTÍN-MARTÍN, Alberto; ORDUNA-MALEA, Enrique; THELWALL, Mike; LÓPEZ-CÓZAR, Emilio Delgado. **Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories.** Journal of informetrics, v. 12, n. 4, p. 1160-1177, 2018.

Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1751157718303249>. Acesso em: 6 out. 2024.

MENDES-DA-SILVA, Wesley. **Contribuições e limitações de revisões narrativas e revisões sistemáticas na área de negócios**. Revista de Administração Contemporânea, v. 23, n. 2, p. 1-11, 2019.

METODOLÓGICAS, Diretrizes. **Elaboração de Revisão Sistemática e Metanálise de Ensaios Clínicos Randomizados**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2021. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/diretrizes_metodologicas_elaboracao_sistematica.pdf.

MICHÁN-AGUIRRE, Layla; ROMERO-PÉREZ, Minerva María. **Immediacy in health: RSS technology**. Investigación en Educación Médica, v. 13, n. 49, p. 120-128, 2024. Disponível em: <https://www.medicgraphic.com/cgi-bin/new/resumenI.cgi?IDARTICULO=114614>. Acesso em: 17 jul. 2024.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Da memória particular aos estudos acadêmicos: a pesquisa sobre rádio no Brasil**. In: Comunicação, acontecimento e memória, v. 1, p. 124-128, 2005.

OLIVEIRA, Lorenna Aracelly Cabral de; KNEIPP, Valquiria Aparecida Passos. **A Identificação Dos Elementos Parassonoros No Podcast: Um Estudo Da Série Pistoleiros**. Revista Alterjor, v. 28, n. 2, p. 373-389, 2023. Disponível em: <https://revistas.usp.br/alterjor/article/view/212553>. Acesso em: 11 abr. 2025.

OTTO, Rafal. **CERN alerter—RSS based system for information broadcast to all CERN offices**. In: Journal of Physics: Conference Series. IOP Publishing, 2008.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Editora Insular, 2009. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf. Acesso em: 23 jul. 2024.

PRATA, Nair; MUSTAFA, Izani; PESSOA, Sônia Caldas. Teóricos e pesquisadores de rádio no Brasil. Revista Brasileira de História da Mídia, v. 3, n. 1, 2014. Disponível em: <https://ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/3966>. Acesso em: 23 maio 2025.

PRATA, Nair. **Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora – 30 anos: lugar dos estudos radiofônicos e desafios de pesquisa**. Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 12, n. 02, p. 47-81, mai./ago. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5107>. Acesso em 19 jun. 2025.

PRATA, Nair. **Rádio no Brasil: um meio centenário**. Revista do Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, 2022.

PRATA, Nair. **[Lista de Prêmios Luiz Beltrão do GP Rádio e Mídia Sonora]**. WhatsApp: [Pesquisa em Rádio], 2025.

PÉREZ-MAÍLLO, Aurora; CARBALLO, Fernando Suárez; SAN ROMÁN, Juan Ramón Martín. **Influencia de la calidad visual de las carátulas en la preferencia de pócast**. Observatorio (OBS*) Journal, v. 16, nº4, 2022. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/2237/188188225>. Acesso em: 26 jul. 2024.

PESSOA, Sônia Caldas; PRATA, Nair. **Apresentação**. In: I Ciclo de diálogos e interfaces (interlocuções) dos estudos radiofônicos e meios sonoros com campo de conhecimento. Editora Fi, p.

7-13, [s.d.]. Disponível em:
https://drive.google.com/file/d/1YKTqj117Yirm7u7pPeW_pbCpv18PNDp3/view. Acesso em:

PICALHO, Antonio Carlos; LUCAS, ER de O.; AMORIM, Igor Soares. **Lógica booleana aplicada na construção de expressões de busca.** AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento, v. 11, p. 1-12, 2022. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/81838>. Acesso em: 30 jul. 2025.

PODCAST listeners worldwide by country 2023. **Statista.** 2024. Disponível em:
<https://www.statista.com/statistics/1498654/podcast-listeners-number-worldwide-selected-countries/>. Acesso em: 2 abr. 2025.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização.** Revista Fronteiras - estudos midiáticos. Vol. 22, nº 1. Porto Alegre, 2020. Disponível em:
<https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 7 ago. 2024.

PRIMO, Alê. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting.** Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, v. 15, n. 1, 2024. Disponível em:
<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/7389>. Acesso em: 19 set. 2024.

REDES de Pesquisa. **SBPJOR.** [s.d.]. Disponível em: <https://site.sbpjor.org.br/redes-de-pesquisa/>. Acesso em: 4 ago. 2025.

REIMANN, Philip. **Solving Time Crunch and Profile Challenges for Researchers.** Clarivate. 2023. Disponível em:
<https://clarivate.com/academia-government/blog/solving-time-crunch-and-profile-challenges-for-researchers/>. Acesso em: 23 jul. 2025.

REVISTA Sonora Instituto de Artes. **Instituto de Artes UNICAMP.** [s.d.]. Disponível em:
<https://www.iar.unicamp.br/revista-sonora/>. Acesso em: 26 jul. 2025.

RSS history. **RSS Advisory Board.** [s.d.]. Disponível em: <https://www.rssboard.org/rss-history>. Acesso em: 6 ago. 2024.

RSS 0.90 Specification. **RSS Advisory Board.** [s.d.]. Disponível em:
<https://www.rssboard.org/rss-0-9-0>. Acesso em: 6 ago. 2024.

SANTANA, Vinícius Pickler; DE FARIAS, Karina Woehl. **A definição de comunidades virtuais e a segmentação do público ouvinte de podcast.** Revista Vincci-Periódico Científico do UniSATC, v. 2, n. 1, p. 2-21, 2017. Disponível em:
<https://revistavinc ci.satc.edu.br/index.php/Revista-Vincci/article/view/83>. Acesso em: 12 maio 2025.

SANTOS, Francisco Edvander Pires. **Informação científica por meio da produção de conteúdo em podcast:: hospedagem, distribuição e agregadores.** ConCI: Convergências em Ciência da Informação, v. 3, n. 2, p. 22-51, 2020. Disponível em:
<https://ufs.emnuvens.com.br/conci/article/view/13453>. Acesso em: 3 out. 2024.

SENNE, Fábio; PORTILHO, Luciana; STORINO, Fábio; BARBOSA, Alexandre. **Inclusão desigual: uma análise da trajetória das desigualdades de acesso, uso e apropriação da internet no Brasil.** Revista de Direito, Estado e Telecomunicações, v. 12, n. 2, 2020. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/352608239_Unequal_Inclusion_An_Analysis_of_the_Trajectory_of_Inequalities_in_Access_Use_and_Appropriation_of_the_Internet_in_Brazil/fulltext/638306ce48124c2bc675269c/Unequal-Inclusion-An-Analysis-of-the-Trajectory-of-Inequalities-in-Access-Use-and-Appropriation-of-the-Internet-in-Brazil.pdf. Acesso em: 7 ago. 2024.

SILVA, Naftali de Oliveira. **Podcast café da manhã: o resultado da parceria entre a Folha de S. Paulo e o Spotify.** 2021. Trabalho de conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes, Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2021. Disponível em: <http://www.repositorio.ufal.br/jspui/handle/123456789/10169>. Acesso em: 8 out. 2024.

SOBRE a Revista. **Radiofonias.** [s.d.]. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/about>. Acesso em: 30 jul. 2025.

SOBRE a Revista. **Tríade.** [s.d.]. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/about>. Acesso em: 28 jul. 2025.

SOBRE Scopus: Banco de dados de resumos e citações. **Elsevier.** [s.d.]. Disponível em: <https://www.elsevier.com/pt-br/products/scopus>. Acesso em: 28 jul. 2025.

SUBMISSÕES. **Radiofonias.** [s.d.]. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/about/submissions>. Acesso em: 30 jul. 2025.

SUBMISSÕES. **Tríade.** [s.d.]. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/about/submissions#authorGuidelines>. Acesso em: 28 jul. 2025.

SULLIVAN, John L. **The platforms of podcasting: Past and present.** Social media+ society, v. 5, n. 4, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2056305119880002>. Acesso em: 12 set. 2024.

TRANFIELD, David; DENYER, David; SMART, Palminder. **Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review.** British Journal of Management, 2003.

VANASSI, Gustavo C. **Podcasting como processo midiático interativo.** Monografia. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007. Disponível em: <http://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/vanassi-gustavo-podcasting-processo-midiatico-interativo.pdf>. Acesso em: 6 set. 2024.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: Public values in a connective world.** Oxford university press, 2018.

VIANA, Luana; LOPEZ, Debora Cristina. **A utilização de recursos hipermidiáticos no rádio expandido: um estudo de caso da Rádio Renascença.** In: Coimbra: DK Congresso Sopcom. 2015. p. 509-521. Disponível em: https://www.academia.edu/43360306/_Cap%C3%ADtulo_de_livro_A_utiliza%C3%A7%C3%A3o_de_recursos_hipermedi%C3%A1ticos_no_r%C3%A1dio_expandido_um_estudo_de_caso_da_R%C3%A1dio_Renascen%C3%A7a. Acesso em: 13 maio 2025.

VIANA, Luana. **Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora.** Contracampo: Brazilian Journal of Communication, v. 39, n. 3, 2020. Disponível em: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/24/43248-Texto_do_Artigo-156821-2-10-20201223.pdf. Acesso em: 17 maio 2025.

VIANA, Luana. **Podcasting e a nova ecologia de mídia.** In: SANTOS, Sílvio Correia; MIRANDA, João. O Podcast e as novas dinâmicas dos conteúdos sonoros no ambiente digital. Imprensa da Universidade de Coimbra/Coimbra University Press, 2022.

VICENTE, Eduardo; PESSOA, Sônia Caldas. **Estudos radiofônicos na Compós: Entre mobilizações e desafios.** Radiofonias—Revista de Estudos em Mídia Sonora, v. 14, n. 3, p. 3-8, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/7125/5519>. Acesso em: 22 jul. 2025.

VIDICA, Ana Rita; PAVAN, Ricardo; ABREU, Tiago. **Podcasts sobre autismo: uma proposta de análise de capas.** Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia, v. 10, n. 23, p. e022005-e022005, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/4828>. Acesso em: 28 jul. 2025.

VILLAR, Juan Martínez. **Audio digital en multimedia.** 2020. Dissertação (Mestrado em Informática) – Universidad de Jaén. Disponível em: <https://crea.ujaen.es/server/api/core/bitstreams/93336ce6-551d-4cb8-9e63-88d2e8354bc1/content>. Acesso em: 30 jul. 2025.

VIZEU, Fábio; TORRES, Kamille Ramos; KOLACHNEK, Luan Matheus Pedrozo. **Revisão sistemática de literatura? Depende! Limites de procederes quantitativos de análise de literatura na área de Administração.** Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 21, n. 2, p. 213-241, 2022. Disponível em: <https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/3605>. Acesso em: 26 jul. 2025.

QUADROS, Mirian Redin de; MEIRELES, Norma; ALVES, João; GARIGLIO, Lívia; COTRIM, Isabeau. **O podcast nas teses e dissertações brasileiras: um mapeamento das pesquisas por áreas de conhecimento.** In: 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2023, Balneário Camboriú. Anais do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom. v. 1., 2024.

WEB of Science Platform. **Clarivate.** [s.d.]. Disponível em: <https://clarivate.com/academia-government/scientific-and-academic-research/research-discovery-and-referencing/web-of-science/>. Acesso em: 23 jul. 2025.

WHAT is a DOI?. **DOI.org.** [s.d.]. Disponível em: <https://www.doi.org/the-identifier/what-is-a-doi/>. Acesso em: 6 out. 2024.

WU, Wendy G.; LI, Jie. **RSS made easy: a basic guide for librarians.** Medical Reference Services Quarterly, v. 26, n. 1, p. 37-50, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE 01

Tabelas da Revisão Sistemática

Coleta original do Dimensions.ai:

<https://drive.google.com/file/d/1LNxCrru9poUQBWldK8E0W8cxZA9SWXNi/view>

Coleta original do Scopus:

<https://drive.google.com/file/d/1x7Jkhr8zZm8YTKFm-4d9bWZZSoE-MCDD/view>

Coleta original do Web of Science:

<https://drive.google.com/file/d/1oXws9JSEqxt9KzS1gJmv7bSTsM21FDk2/view>

Coleta filtrada do Dimensions.ai:

<https://drive.google.com/file/d/1yfzIibq8X80LbNxs3UiRTwErUcli-HZA/view>

Coleta filtrada do Scopus:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rBLtr0jToQuLky1kBtfc6azNAq42PDEb/view>

Tabela dos textos excluídos do Dimensions.ai, Web of Science e Scopus:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AL8bJcUE3ZhZh28yLbRzL3Bu3jPPTmUk/view>

Dados dos trabalhos da Revisão Sistemática de Literatura:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KSNKPSX1yDnMEtKXj0wdv4B64RCYMOTG/vie>
w

Rede de Citação:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SO3OpMDuIKOAWl4W-1yuxn3xxRB4l59v/view>