

AVALIAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO EDITORIAL EM CINCO PODCASTS BRASILEIROS¹

Evaluation of Best Editorial Management Practices in Five Brazilian Podcasts

Evaluación de Buenas Prácticas de Gestión Editorial en Cinco Podcasts Brasileños

Josenildo Luiz Guerra²
Janete Pinto Cahet Farias³

DOI: 10.31501/esf.v3i31.15178

Resumo: Em função do crescimento do consumo de *podcasts* no Brasil e da sua crescente importância editorial, este trabalho realiza uma avaliação experimental de qualidade, com foco em boas práticas de gestão editorial de cinco *podcasts* jornalísticos brasileiros. A avaliação é uma pesquisa aplicada, que produz um diagnóstico e oferece soluções para melhoria de desempenho. Os resultados demonstram que os produtos avaliados atendem parcialmente aos indicadores de qualidade, mas que há margem para evolução.

Palavras-chave: Jornalismo. *Podcasts*. Qualidade. Accountability. Pesquisa Aplicada.

Abstract: Due to the growth of *podcast* consumption in Brazil and its increasing editorial importance, this work conducts an experimental quality assessment focused on best editorial management practices of five Brazilian journalistic *podcasts*. The evaluation is an applied research that produces a diagnosis and offers solutions for performance improvement. The results show that the evaluated products partially meet the quality indicators, but there is room for improvement.

Keywords: Journalism. *Pocasts*. Quality. Accountability. Applied Research.

Resumen: Debido al crecimiento del consumo de *podcasts* en Brasil y su creciente importancia editorial, este trabajo realiza una evaluación experimental de calidad, centrada en las mejores prácticas de gestión editorial de cinco *podcasts* periodísticos brasileños. La evaluación es una investigación aplicada que produce un diagnóstico y ofrece soluciones para la mejora del rendimiento. Los resultados demuestran que los productos evaluados cumplen parcialmente con los indicadores de calidad, pero hay margen para mejorar.

Palabras clave: Periodismo. *Podcasts*. Calidad. Rendición de Cuentas. Investigación Aplicada.

¹ Parte deste artigo é proveniente da dissertação de mestrado, intitulada *Podcasts* Jornalísticos: avaliação experimental da qualidade editorial através do programa Q-Avalia, defendida pela co autora Janete Pinto Cahet Farias, sob orientação do co autor Josenildo Luiz Guerra, junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS).

² Doutor; Universidade Federal de Sergipe (UFS), São Cristóvão-SE, Brasil, jguerra@academico.ufs.br | <https://orcid.org/0000-0001-5242-863X>.

³ Mestre; Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), SE, Brasil. janete.cahet@se.senac.br | <https://orcid.org/0009-0002-7805-0369>.

Introdução

O termo *podcast* surgiu em 2004 nos Estados Unidos e a palavra foi utilizada pela primeira vez pelo ex-apresentador do canal MTV americano, Adam Curry, que tinha o objetivo de produzir programas de rádio personalizados e se utilizou dos ipods para a sua distribuição, fato que originou os *podcasts* (Laís et al., 2017)⁴. O nome foi originado do neologismo que parte da junção de “pod”, de iPod, e “cast”, de broadcast ou “transmissão”, e se trata de um arquivo de áudio distribuído gratuitamente e consumido via internet, que pode ser acessado através de sites ou aplicativos denominados agregadores.

De acordo com Newman e Gallo (2019), na pesquisa *News podcasts and the opportunities for publishers*, realizada na França, Estados Unidos, Austrália e Reino Unido, em parceria com *The Reuters Institute for the Study of Journalism*, as notícias no ecossistema dos *podcasts* têm grande impacto. Só em 2019, tiveram um crescimento de 32% naqueles países, com a criação de 11965 novos *podcasts*. No diretório da Apple, existiam 771.000 *podcasts* até novembro de 2019, as produções da categoria notícia, apesar de ter um quantitativo considerado baixo (6%), estão entre os 250 mais ouvidos da Apple, representando 21% deste total.

O número de ouvintes de *podcast* tem experimentado um crescimento contínuo em todo o mundo, tanto em termos de consumidores quanto em tempo dedicado à sua audição, segundo o *Digital 2023 Global Overview Report* (Kemp, 2023). Os dados revelam também que os brasileiros são os

⁴ “O autor Eduardo Vicente, no texto “Do Rádio ao Podcast: As novas práticas de produção e consumo de áudio” (Vicente, 2018, p. 89), apresenta uma versão diferente, sugerindo que o primeiro uso do termo, “aparentemente” teria ocorrido no texto “Audible Revolution”, de Ben Hammersley, publicado na edição de 12 de fevereiro de 2004 do jornal britânico The Guardian”.

Artigos Livres

maiores consumidores de conteúdo de *podcast*, com quase 43% dos usuários de internet em idade ativa no país dizendo que ouviram pelo menos um *podcast* nos últimos 7 dias. Em pesquisa realizada pelo Instituto Reuters e pela Universidade de Oxford (2023), o *podcast* jornalístico *O Assunto*, da Globo, ganhou destaque como o mais popular no Brasil por números que ultrapassam mais de 530 mil *downloads* semanais, demarcando o espaço dos *podcasts* noticiosos entre os mais ouvidos no país. Erick Nery (2019) destaca também que veículos jornalísticos brasileiros, como *Nexo Jornal*, *O Estado de São Paulo*, *Portal G1*, *Revista Piauí*, *Folha de São Paulo*, dentre outros, vêm investindo na produção deste tipo de produto.

Para Fernandes, o *podcast* é uma plataforma jornalística⁵ que enriquece as narrativas com “novos artifícios para atrair e cativar seu público” (2017, p. 5). A autora também destaca que estas novas mídias se encontram em processo ativo de construção e que, por se tratar de um conteúdo de comunicação produzido sob demanda, exige “do estudo jornalístico um olhar mais abrangente e atento” (Fernandes, 2017, p.14).

Em função do crescimento seja em relação ao consumo seja em relação à importância editorial que têm assumido, este trabalho busca realizar uma avaliação experimental de qualidade de *podcasts* com base na adoção de boas práticas de gestão editorial. A abordagem aplicada é a desenvolvida no âmbito do Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologia Aplicada ao Jornalismo (Qualijor), vinculado ao Laboratório de Estudos em Jornalismo (Lejor) da Universidade Federal de Sergipe (UFS) (Guerra, 2020a).

⁵ O conceito de “plataforma jornalística” a que se refere o autor está ligado ao movimento provocado pela convergência (Jenkins, 2013) por meio do qual o jornalismo on-line proporciona que os conteúdos publicados através de múltiplas plataformas de mídia vão a quase qualquer parte.

Artigos Livres

A presente pesquisa se constitui numa pesquisa aplicada, que contém um problema prático a ser investigado, para o qual se busca ou se projeta uma solução (OECD, 2018). O problema prático se apresenta em duas questões: a principal, 1) os *podcasts* jornalísticos atendem aos requisitos relativos à adoção de boas práticas de gestão editorial?; a secundária, 2) o instrumento de avaliação de qualidade implementado pelo sistema Q-Avalia é aplicável a *podcasts*? O objetivo, em relação ao primeiro problema, é produzir um diagnóstico inicial sobre a adoção das boas práticas, a fim de sinalizar ações com vistas a melhorar o desempenho editorial desses produtos. Com relação ao segundo problema, o objetivo é dar seguimento aos testes com o instrumento de avaliação desenvolvido pelo grupo de pesquisa, ao avaliar um produto específico como os *podcasts*.

Sobre o desempenho dos *podcasts* nesta avaliação, a hipótese deste trabalho considera que eles podem se beneficiar da tradição das empresas jornalísticas a qual pertencem, e com isso, ter bons instrumentos de gestão editorial a eles associados. Mas, também considera que, em virtude de serem um produto muito específico, a conexão dos *podcasts* com as boas práticas editoriais, adotadas pelos veículos dos grupos empresariais dos quais fazem parte, pode não ficar muito evidente e comprometer seus resultados.

A preocupação com a qualidade dos *podcasts*, contudo, vai além da relevância que têm adquirido no cenário jornalístico atual, quando se a associa ao desafio maior da própria indústria jornalística em desenvolver, consolidar e demonstrar a existência de métodos de avaliação que sustentem a credibilidade de que precisam para manter a sustentabilidade do seu negócio. O jornalismo sofreu profundo impacto das transformações tecnológicas, que afetou o modelo de financiamento, a tecnologia de produção e circulação, o enxugamento das equipes e a ampliação da concorrência, entre

Artigos Livres

outros aspectos (Anderson et al., 2012). Tais mudanças incidem sobre a sustentabilidade do negócio e a credibilidade das organizações jornalísticas em se manterem como referência de informações confiáveis para a sociedade.

Dados do Instituto Reuters apontaram que, de 2015 a 2022, o percentual de pessoas que dizem acreditar na maior parte das notícias que consomem experimentou uma queda constante em vários países pesquisados (Newman et al., 2022). Associado à baixa percepção de qualidade das audiências, Rothberg e Garrido (2019) avaliaram 42 veículos brasileiros e ingleses e Guerra (2020), 12 veículos brasileiros e portugueses, dos quais, respectivamente, 71% e 83% foram classificados nas faixas C ou D, que indicam incipiente ou insignificante adoção de boas práticas. Tal cenário sugere que esforços precisam ser feitos pela indústria jornalística no sentido de reafirmar e demonstrar seu compromisso com a qualidade, a fim de que isso se reverta em credibilidade para as organizações que efetivem ações nessa direção.

Este estudo parte da premissa de que a qualidade surge como um elemento diferenciador (Fengler et al., 2014; Meyer, 2007) não apenas entre organizações jornalísticas que abraçam seriamente o tema ante outras que o ignoram, mas também diante de novos concorrentes, como as mídias sociais. Por isso, o esforço de pensar como os *podcasts*, que surgem de um movimento inovador do jornalismo sonoro no formato digital, podem incorporar também a gestão da qualidade como uma forma de elevar sua credibilidade e a credibilidade da empresa a qual se vinculam.

Qualidade no jornalismo

A avaliação da qualidade se configura como um tipo específico de instrumento de *accountability*. Os instrumentos de *accountability* viabilizam a prestação de contas, por parte das produções, à sua audiência e à sociedade, acerca do quanto estão efetivamente cumprindo as responsabilidades do jornalismo em sociedades democráticas (McQuail, 2013).

Rothberg e Garrido (2019) acreditam que as práticas de qualidade no jornalismo tonificam a democracia por apresentar parâmetros de credibilidade, tais como a diversidade, a pluralidade e o rigor na apuração jornalística. Práticas de qualidade estas que funcionam como formas diferenciadoras de organizações e produtos mais ou menos comprometidos em entregar resultados compatíveis com os requisitos demandados socialmente, como frisa Chistofolletti (2010), ao reconhecer o jornalismo como uma instituição “central no sistema de freios e contrapesos das sociedades democráticas, no agendamento das questões relevantes para essas mesmas sociedades, bem como na informação precisa, veraz e crível aos cidadãos e cidadãs”. Por isso, é desejável “que critérios e ferramentas para a produção de informações jornalísticas de elevada qualidade possam ser postos em execução” (Chistofolletti, 2010, p.11).

Qualidade é definida, neste trabalho, a partir de um conceito amplamente aceito no setor produtivo, como o grau no qual um produto satisfaz a requisitos — necessidades e/ou expectativas declaradas, de forma implícita ou explícita — que “podem ser gerados por diferentes partes interessadas ou pela organização propriamente dita” (ABNT, 2015a, p. 21). Para se atingir a qualidade, é recomendável a adoção de um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), o conjunto de atividades pelas

Artigos Livres

quais a organização identifica seus objetivos e determina os processos e recursos necessários para alcançar os resultados desejados (ABNT, 2015a, p. 19;).

Nas redações jornalísticas a utilização desses sistemas pode proporcionar a melhoria no desempenho de soluções inovadoras, visando o aumento do padrão de qualidade do setor (Guerra, 2023). De acordo com Chistofoletti (2010), essa sistematização permite a criação de parâmetros de análise, a construção de processos de avaliação e acompanhamento, a normatização e redução de falhas e a permanente formação dos recursos humanos para a qualidade. As boas práticas de gestão editorial, objeto da presente avaliação, podem ser reconhecidas como passos iniciais para a implantação futura de um SGQ no âmbito das organizações jornalísticas.

Em função disso, o esforço deste artigo, movido por tais preocupações, é propor uma avaliação metodologicamente estruturada aplicável aos *podcasts*, com foco na gestão editorial, dimensão encarregada de planejar e gerir os recursos necessários à produção jornalística. O objetivo é mensurar em que medida este produto, que explora o potencial inovador das novas tecnologias, é capaz de incorporar, para além dos avanços tecnológicos e de linguagem, instrumentos de gestão de sua qualidade editorial.

Em três estudos sobre qualidade no jornalismo, Christofoletti (2010), Rothberg e Garrido (2019) e Guerra (2020a), há uma convergência de caminhos que será explorada por este trabalho, já que avaliam o desempenho das organizações jornalísticas brasileiras e do exterior sob a mesma perspectiva. Christofoletti (2010) entrevistou editores executivos, gestores e *publishers* de empresas jornalísticas de catorze estados das cinco regiões brasileiras sobre indicadores e políticas editoriais de qualidade das

Artigos Livres

organizações. Rothberg e Garrido (2019) e Guerra (2020a) apresentam um ranking, em caráter comparativo, da qualidade editorial de corporações de mídia respectivamente do Brasil e Reino Unido e do Brasil e de Portugal, utilizando os recursos do sistema Q-Avalia (Guerra, 2017), que operacionaliza, gerencia, armazena e gera relatórios de qualidade editorial. É nessa direção que será conduzida a avaliação dos *podcasts*, com vistas a contribuir para o desenvolvimento e consolidação desta abordagem, mas também incorporar sua experiência ao presente trabalho.

A avaliação dos *podcasts* será com foco na gestão editorial e orientada para aspectos que garantam às organizações produzir ações voltadas ao jornalismo de qualidade, em que sejam observados os compromissos de suas lideranças, a gestão do trabalho, os recursos humanos e os materiais adequados, entre outros⁶. O resultado será a apresentação de um quadro comparativo do ranking da qualidade dos *podcasts* jornalísticos *Ao Ponto* (O Globo), *Café da Manhã* (Folha de São Paulo), *Durma com Essa* (Nexo Jornal), *Estadão Notícias* (Estadão) e *E tem mais* (CNN Brasil).

Nas próximas seções, será apresentado o método de avaliação, implementado pelo sistema Q-Avalia, o protocolo e o sistema de pontuação adotados, bem como os veículos avaliados. Depois, serão discutidos os resultados da avaliação: o ranking, a avaliação dos *podcasts* e os melhores resultados por indicadores e subindicadores.

⁶ Guerra (2010) propôs organizar o conjunto de requisitos em um modelo inicial de sistema de gestão da qualidade para organizações jornalísticas, baseado em três dimensões: gestão, processos e produtos. Na gestão editorial, são observados a motivação e compromissos de suas lideranças, gestão do trabalho, recursos humanos e materiais adequados, entre outros. Nos processos de produção, o objetivo é avaliar se os aspectos da gestão são executados nos processos de trabalho. Em relação aos produtos, a avaliação está voltada para medir se o resultado produzido pelas organizações jornalísticas está em conformidade com as expectativas da sociedade e da audiência.

O método de avaliação da qualidade com foco gestão editorial

O método de pesquisa operacionalizado pelo sistema Q-Avalia parte da premissa que os processos de avaliação de qualidade são instrumentos de accountability, em função do que define um conjunto de indicadores – as boas práticas de gestão editorial – que deverão ser identificados no acervo documental das produções e organizações avaliadas, em que documento é definido como “como qualquer informação fixada em um suporte” (AAB, 1990 citado por Sá-Silva et al., 2009, p.8). Para isso, a partir dos produtos digitais sonoros que constituem o objeto da avaliação e dos produtos digitais textuais associados a eles, é conduzida uma pesquisa documental, “procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos” (Sá-Silva et al., 2009, p.5), para identificar se e como os produtos e suas organizações contemplam os indicadores.

No contexto geral da pesquisa, o método vai além da pesquisa documental, constituindo-se como uma pesquisa aplicada, que contém um problema prático a ser investigado, para o qual se busca ou se projeta uma solução (OECD, 2018). O problema prático se apresenta em duas questões, 1) os *podcasts* jornalísticos atendem aos requisitos relativos à adoção de boas práticas de gestão editorial?, e 2) o instrumento de avaliação de qualidade implementado pelo sistema Q-Avalia é aplicável a *podcasts*? Em relação ao primeiro problema, vai se traçar um diagnóstico inicial sobre a adoção das boas práticas, a fim de registrar o estágio em que se encontram os *podcasts* avaliados. A segunda questão visa dar seguimento aos testes com o instrumento de avaliação desenvolvido pelo grupo de pesquisa, ao avaliar um produto específico como os *podcasts*. Por isso, a avaliação é caracterizada como experimental,

Artigos Livres

pois ao mesmo tempo que gera um diagnóstico sobre os produtos avaliados submete a teste o próprio instrumento de avaliação.

O método é implementado pelo sistema Q-Avalia⁷, que operacionaliza, gerencia, armazena e gera relatórios das avaliações de qualidade editorial. O sistema apresenta uma estrutura em quatro níveis, categorias (recortes de áreas dentro das dimensões a serem avaliadas, capazes de agrupar requisitos), requisitos (o que se espera que o produto tenha, em função das responsabilidades assumidas junto às partes interessadas), indicadores (itens que demonstram o cumprimento dos requisitos) e subindicadores (aspectos que avaliam diferentes escopos dos indicadores). O padrão de mensuração de desempenho é baseado em conceitos e notas, que parte da atribuição de pontos que variam de 1-100 a subindicadores que geram, por sua vez, as notas dos indicadores, requisitos, categorias e a nota final da organização. Os pontos são divididos em cinco faixas de performance, conforme a Quadro 2. Em cada faixa, há um estrato superior (+) ou inferior (-), que sugere posição intermediária de progressão ou regressão a níveis mais elevados ou mais baixos da escala.

QUADRO 1

Padrão de conceitos e notas para avaliação de qualidade editorial

Resultado		Padrão de desempenho
Nota	Pontos	
X	100 (95-100)	Ótimo - Nível de excelência.
A	A + 95 (90-94)	Muito Bom - Boas práticas consolidadas

⁷ O software Q-Avalia foi desenvolvido com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), agência brasileira de fomento à pesquisa, durante a realização da pesquisa “Gestão da Qualidade em organizações jornalísticas: um panorama inicial” (Edital Universal CNPq2013 – Faixa B). São autores: Josenildo Luiz Guerra, Veruschka Vieira Franca, Josafá Bonifácio da Silva Neto e Wahib Mahmud..

	A	85 (80-89)	
	A-	75 (70-79)	
B	B+	65 (60-69)	Bom - Boas práticas parcialmente consolidadas
	B	55 (50-59)	
	B-	45 (40-49)	
C	C+	35 (30-39)	Regular - Boas práticas em grau incipiente de implantação.
	C	25 (20-29)	
	C-	15 (11-19)	
D	D+	10 (06-10)	Insuficiente - Ausência significativa de boas práticas
	D	05 (02-05)	
	D-	1	

FONTE: Guerra (2020a)

A pontuação da escala contida no Quadro 1 será aplicada em todo o instrumento de avaliação, neste caso os *podcasts* jornalísticos, e que tem como referência básica sete indicadores a serem analisado, apresentados no Quadro 2.

QUADRO 2

Indicadores de avaliação de qualidade com foco na Gestão Editorial

Indicadores
Projeto Editorial - Documento que apresenta o conjunto de orientações e valores que define o padrão jornalístico para a organização e firma compromissos com a audiência e a sociedade. É um documento estratégico, cujas orientações são de caráter geral a serem desenvolvidas e detalhadas em outros documentos específicos, de acordo com seu foco, quando necessário e aplicável.
Código de Ética, com normas para análise de casos de violação - Instrumento normativo de natureza jornalística, próprio ou ao qual declara subscrição, que rege a conduta da organização e de seus membros no que diz respeito às atividades jornalísticas.

Identificação de proprietários, gestores editoriais e profissionais - Informações sobre proprietários (claramente identificados), gestores e profissionais (serão consideradas parcialmente informações em páginas corporativas, sem vínculo direto com o site da produção; não serão consideradas informações em notícias ou qualquer outro meio que não seja diretamente ligado à página da produção avaliada).

Correção de erros, garantia do contraditório e atualização do conteúdo - Serviço (estrutura, pessoas e atividades claramente definidas) voltado à detecção e correção de erros; detecção de falta de pluralidade ou garantia do contraditório e restabelecimento do equilíbrio da cobertura (quando aplicável); e monitoramento das atualizações de informação, entre outros fatores que representem possíveis falhas de tratamento editorial seja no conteúdo informativo seja no opinativo.

Canais regulares de relacionamento com a audiência e a sociedade (Como Ombudsman) - Canal para membros da audiência, do público ou pessoas envolvidas no noticiário criticar, reclamar, requerer ou sugerir questões de natureza editorial. O foco desses canais é a postura editorial. Atua com foco no interesse da audiência e da sociedade, não dos instrumentos de gestão apenas. Nesse sentido, pode contestar o que determina os próprios instrumentos de gestão editorial.

Canais regulares para promover a interação com a audiência e a sociedade - Canais regulares, em variados formatos (e-mail, carta, comentários, redes sociais, etc.), através dos quais membros da audiência, do público ou mesmo pessoas envolvidas no noticiário e os próprios jornalistas possam interagir para a troca de informações e a discussão dos temas em pauta.

Estrutura e formato do programa - Conjunto de detalhes técnicos capazes cumprir sua função editorial de delimitar espaços sonoros e ambientes informativos, criar a identidade do produto e aproximação com o ouvinte.

FONTE: Os autores, adaptado de Guerra (2020a)

Cada indicador foi avaliado considerando três subindicadores: 1) Existência (se o item existe e atende aspectos básicos da descrição do indicador); 2) Conteúdo (se o indicador apresenta características definidas pela avaliação – quanto mais itens contemplar, mais satisfatório é); e 3) Acesso (se o acesso público ao indicador é facilitado pela produção avaliada).

Artigos Livres

Para a definição dos *podcasts* avaliados, foram buscados *podcasts* jornalísticos produzidos por grandes organizações brasileiras, que têm abrangência nacional e apresentam regularidade na divulgação de novos episódios, além de uma estrutura similar no tempo e no roteiro. Observou-se também a ficha técnica para se ter certeza de que jornalistas faziam parte do processo de produção e se a organização também era citada nos episódios, na divulgação do agregador ou no texto de apresentação de cada áudio. Foram selecionados os seguintes *podcasts*: *Café da Manhã* e *Durma com Essa* (episódios selecionados nos meses de setembro e outubro de 2021) e *Ao Ponto*, *Estadão Notícias* e *E Tem Mais* (episódios dos meses de abril e maio de 2022).

Na sequência, foi realizada a audição de cinco episódios de cada *podcast* (Quadro 3), selecionados por dia da semana ao longo de cinco semanas, para observar a estrutura do roteiro e de informações oferecidas sobre sua política editorial, a fim de avaliar como cada *podcast* orienta seus ouvintes para as informações relativas às boas práticas de gestão editorial. Afinal, os requisitos avaliados são requisitos que precisam ser de conhecimento dos ouvintes para que possam recorrer a eles sempre que julgarem oportuno, e se consumir o princípio de accountability, da prestação de contas, que justifica sua implantação. Normalmente, o *podcast* direciona o ouvinte para o site da organização ou similar, para onde a avaliadora se dirigia para consumir a avaliação. Nenhum programa fez referência direta a qualquer das boas práticas nem por áudio nem por créditos. Os episódios ouvidos geraram o roteiro de cada *podcast*, com a estrutura recorrente de cada produção, o que permitiu conhecer a organização técnica, como a utilização estratégica de trilhas sonoras, a divisão dos quadros e a narrativa de cada fato realizada pelos locutores.

Artigos Livres

A dinâmica da avaliação seguiu o seguinte protocolo: a partir da menção do site ou página durante o *podcast*, a avaliadora seguia para o site mencionado para identificar a presença dos indicadores e subindicadores; a avaliação era horizontal, segundo a qual o mesmo indicador era avaliado para todas as produções, antes de passar para o indicador seguinte, a fim de facilitar a comparação entre eles; as notas eram atribuídas sempre a partir da pontuação central da faixa de desempenho, para posterior elevação ou rebaixamento de estrato, conforme diferenciações constatadas entre produtos situados na mesma faixa de pontuação; ao final, eram levantadas possíveis discrepâncias, e os subindicadores e indicadores discrepantes eram submetidos a revisão a fim de ajustar a avaliação.

QUADRO 3
Podcasts avaliados

<i>Podcast</i>	<i>Descrição</i>
<i>Ao Ponto</i> O GLOBO	<i>O Globo</i> lançou o <i>podcast</i> no dia 29 de julho de 2019 para comemorar os seus 94 anos de fundação. Publicado de segunda a sexta-feira, sempre às 6h, de forma gratuita nas diferentes plataformas de conteúdo de áudio, o <i>Ao Ponto</i> destaca assuntos sobre política, economia, cultura e esporte. Com duração média de 25 minutos, os jornalistas e apresentadores Carolina Morand e Roberto Maltchik, a cada episódio, recebem convidados para uma conversa sobre os acontecimentos mais relevantes do dia. O <i>Ao Ponto</i> apresenta um roteiro enxuto, com a utilização de uma estrutura que parte da apresentação da temática pelos locutores, um encadeamento da narrativa e sonoras, e culmina na entrevista do especialista do tema que explora o assunto em uma média de 20 minutos. A utilização de trilhas é feita de maneira estratégica e demarca os quadros do programa, bem como os formatos jornalísticos utilizados.

<i>Café da Manhã</i> FOLHA DE S. PAULO	<i>O Café da Manhã</i> é mantido pela <i>Folha de S. Paulo</i> em parceria com o Spotify. Estreou em 1 de janeiro de 2019, com o mote: “Levante da cama com notícias e análises quentinhas no Café da Manhã, o <i>podcast</i> mais importante de seu dia”. É apresentado pelos jornalistas Magê Flores, Maurício Meireles e Bruno Boghossian, de segunda a sexta, de forma leve e simples, com assuntos do momento no Brasil e no mundo, em episódios com duração média de 25 minutos. A produção apresenta em seu roteiro a apresentação de fatos sobre a temática do dia, uma entrevista com um especialista no assunto e um breve panorama de temas secundários de importância do dia. O <i>podcast</i> se destaca pela dinâmica com que exploram cada episódio pela forma que apresenta o seu conteúdo e explora as trilhas, em episódios que tem duração média de 25 minutos.
<i>Durma com essa</i> NEXO	<i>Durma com Essa</i> está no ar desde o dia 12 de setembro de 2018, com episódios de segunda a quinta, no fim da tarde. Conduzido por dois apresentadores, a participação de um entrevistado e o comentário do repórter especial de assuntos internacionais, o <i>podcast</i> apresenta a sua análise dos assuntos mais importantes do dia. O roteiro dos episódios apresenta estrutura recorrente, com apresentação da temática do dia, a exploração do tema com a utilização de sonoras e a narrativa dos fatos, análise do tema secundário com sonoras e entrevista, comentário de tema internacional e resumo do episódio do dia.
<i>E Tem Mais</i> CNN	Com o primeiro episódio lançado no dia 23 de março de 2020, o <i>E Tem Mais</i> é um <i>podcast</i> da CNN Brasil, disponível de segunda a sexta, no início da manhã. Voltado a discutir assuntos de repercussão Nacional e Internacional, de temas como saúde, esporte, mercado financeiro, entre outros. Com a apresentação de Carol Nogueira, o <i>podcast</i> aborda os assuntos de cada edição, ao lado de especialistas, analistas e repórteres. Com duração média de 25 minutos a estrutura do roteiro apresenta as informações sobre o tema, com a utilização da narração da apresentadora, sonoras e trilhas. Os episódios apresentam duas

	entrevistas com especialistas diferentes e que tratam da mesma temática sob óticas diferentes.
<i>Estadão Notícias</i> ESTADÃO	O <i>Estadão Notícias</i> foi lançado em 10 de abril de 2017 se apresenta como o <i>podcast</i> que analisa “os principais fatos do Brasil e do mundo apresentados e analisados pelo maior jornal do país”. O <i>podcast</i> há mais tempo no ar, entre os avaliados, tem edições de segunda a sexta, às 6h, com duração média de 20 minutos. Com análises e entrevistas, apresentados por apenas um locutor, o roteiro, não segue um padrão na apresentação dos fatos, trazendo nova roupagem a cada episódio e chama a atenção pela utilização de várias trilhas. Contudo, sempre é feita a apresentação do tema através de uma narrativa ou sonoras, em seguida é realizada a entrevista com o especialista no assunto.

FONTE: Os autores

O Ranking Q-Avalia dos Podcasts

Os resultados serão apresentados em dois rankings: por pontos (1-100) e por faixa conceitual (D a X), com indicação de estrato inferior [-] ou superior [+], para sinalizar se o *podcast* avaliado está em estágio inicial na faixa ou em direção a uma fase superior. O resultado também é apresentado em duas escalas de desempenho: na escala absoluta, o padrão é estabelecido pela descrição dos indicadores e subindicadores elaborados pela equipe de pesquisa; na escala proporcional, são as melhores práticas das produções avaliadas que definem o padrão, chamado de Melhor Possível. O Melhor Possível é formado pelas maiores notas de cada subindicador, que vão resultar em uma nota de referência, as quais apontam para as boas práticas já adotadas e implementadas pelos produtos avaliados, sinalizando um nível de excelência real para o mercado, se alguma organização decidir por incorporá-las.

Artigos Livres

A Tabela 1 mostra as pontuações proporcional e absoluta de cada *podcast* avaliado e o desempenho geral, extraído a partir da avaliação de cada indicador e dos três subindicadores considerados (Existência, Conteúdo e Acesso).

TABELA 1
Desempenho geral por pontuação e faixa conceitual

<i>Podcasts</i>	Escala absoluta		Ranking	Escala proporcional	
	Pontos (1 a 100)	Nota (D a X)		Pontos (1 a 100)	Nota (D a X)
Melhor possível	69	B+	-	100	X
Média do setor	52	B	-	75	A-
Café da Manhã	68	B+	1º	98	X
Durma com Essa	60	B+	2º	86	A
Ao Ponto	55	B	3º	79	A-
Estadão Notícias	48	B-	4º	69	B+
E Tem Mais	33	C+	5º	47	B-

FONTE: Elaborado com dados do software Q-Avalia

No desempenho geral, na escala absoluta, nenhum *podcast* chegou ao conceito A (70 a 94 pontos). Isso demonstra que as organizações avaliadas não apresentam um conjunto de boas práticas consolidado. Nem o padrão Melhor Possível, baseado na melhor nota de cada subindicador da escala absoluta, atingiu a faixa conceitual A. A média do setor, na escala absoluta, está na faixa conceitual B (50 a 59 pontos), no centro da faixa, que aponta adoção parcial das boas práticas de gestão editorial.

No geral, os produtos avaliados se encontram na faixa de pontuação B, seja na faixa central de desempenho, seja no extrato superior ou inferior. Tal resultado está bastante relacionado ao fato de

Artigos Livres

fazerem parte de organizações que apresentam uma estrutura já montada, constatada inclusive em avaliações anteriores, quando considerados outros produtos da mesma organização (Rothberg & Garrido, 2019; Guerra, 2020). Exceção neste caso é o *Durma com Essa*, do Nexo, que não fora avaliado anteriormente, mas que demonstrou ter um conjunto de boas práticas que atende parcialmente aos indicadores exigidos pela pesquisa. O produto da CNN foi o único que não conseguiu atingir a faixa B, o que demonstra que a sua organização se encontra aquém das demais quando considerada a adoção das boas práticas de gestão editorial orientadas para a qualidade.

Cabe destacar que o *Café da Manhã* alcançou o conceito X e 98 pontos na escala proporcional, resultado que situa o *podcast* como referência no setor, pois dos sete indicadores, obteve a melhor pontuação em seis.

Na avaliação específica por indicadores e subindicadores (Tabela 2), é possível perceber como em geral os *podcasts* são bem avaliados no subindicador Existência, com 85 pontos (faixa central da pontuação A), por apresentarem em regra algum instrumento que se encaixa na definição mínima do indicador. Quando essa pontuação não foi atingida, não foi encontrada nenhuma iniciativa ou foi encontrada uma iniciativa precária quando confrontada com o indicador avaliado.

Nas avaliações do subindicador Conteúdo houve maior variação, e ficou evidenciado o quanto os indicadores são contemplados apenas parcialmente pelos *podcasts*. É neste subindicador que cada instrumento é avaliado de forma mais detalhada, a fim de se verificar em que medida contemplam características específicas exigidas pela pesquisa. Exceção do indicador Estrutura e Formato do

Artigos Livres

Programa, no qual todos obtiveram nota A, o que reflete a elevada qualidade técnica desses produtos neste aspecto específico.

O diagnóstico geral sobre os *podcasts* avaliados aponta que, de forma geral, conforme hipótese inicial levantada, o histórico das organizações que os produzem favorece que tais iniciativas já partam de um grau intermediário de adoção de boas práticas. Se eles se favorecem desse histórico positivo, também se ressentem em relação aos aspectos que suas próprias organizações precisam melhorar para atingir por exemplo a faixa A de desempenho. Do ponto de vista específico dos *podcasts*, chama a atenção a pouca pontuação do subindicador Acesso, em regra, que teve a menor pontuação entre os subindicadores, pela ausência de referências diretas nos programas às boas práticas de gestão editorial. Sua pontuação resultou sempre de associação indireta, provenientes de links disponíveis nos agregadores e nas páginas das organizações, cujas boas práticas cobrem não apenas seus produtos online mas também os *podcasts* avaliados.

TABELA 2
Resultado detalhado *podcast* por indicadores e subindicadores (Escala Absoluta)

Podcasts por indicadores	Melhor Possível	Média/ Setor	Café da Manhã			Durma com Essa			Ao Ponto			Estadão Notícias			E Tem Mais		
	Abs	Abs	Abs	Nota	Rank	Abs	Nota	Rank	Abs	Nota	Rank	Abs	Nota	Rank	Abs	Nota	Rank
GERAL	69	52	68	B+	1	60	B+	2	55	B	3	48	B-	4	33	C+	5
[CAT] [Qual] or - Form 08																	
Categorias Pod Cast	69	52	68	B+	1	60	B+	2	55	B	3	48	B-	4	33	C+	5
1.1 - Declaração de valores, responsabilidades e diretrizes editoriais (podcast)	70	49	67	B+	1	63	B+	2	59	B	3	38	C+	4	20	C	5
1.1.1 - Projeto Editorial	65	46	65	B+	1	55	B	3	61	B+	2	48	B-	4	1	D-	5
a- Existência	85	68	85	A	1	85	A	1	85	A	1	85	A	1	1	D-	2
b- Conteúdo	65	38	65	B+	1	45	B-	3	55	B	2	25	C	4	1	D-	5
c- Acesso	45	32	45	B-	1	35	C+	2	45	B-	1	35	C+	2	1	D-	3
1.1.2 - Código de Ética, com normas para análise de casos de violação	71	49	71	A-	1	61	B+	2	58	B	3	58	B	4	1	D-	4
a- Existência	85	68	85	A	1	85	A	1	85	A	1	85	A	1	1	D-	2
b- Conteúdo	85	50	85	A	1	65	B+	2	45	B-	4	55	B	3	1	D-	5
c- Acesso	45	32	45	B-	1	35	C+	2	45	B-	1	35	C+	2	1	D-	3
1.1.3 - Identificação de proprietários, gestores editoriais e profissionais	75	53	65	B+	2	75	A-	1	58	B	3	10	D+	4	58	B	4
a- Existência	85	73	85	A	1	85	A	1	85	A	1	25	C	2	85	A	1
b- Conteúdo	85	53	65	B+	2	85	A	1	55	B	3	5	D	4	55	B	3
c- Acesso	55	34	45	B-	2	55	B	1	35	C+	3	1	D-	4	35	C+	3
2.1 - Instrumentos de Controle Interno (podcast)	66	43	66	B+	1	51	B	2	40	B-	3	39	C+	4	23	C	5
2.1.1 - Correção de erros, garantia do contraditório e atualização do conteúdo	71	52	71	A-	1	55	B	3	58	B	2	55	B	4	25	C	4
a- Existência	85	73	85	A	1	85	A	1	85	A	1	85	A	1	25	C	2
b- Conteúdo	85	49	85	A	1	45	B-	3	55	B	2	45	B-	3	15	C-	4
c- Acesso	45	37	45	B-	1	35	C+	2	35	C+	2	35	C+	2	35	C+	2
2.1.2 - Canais regulares de relacionamento com a audiência e a sociedade (como ombudsman)	61	35	61	B+	1	48	B-	2	23	C	3	23	C	4	21	C	4
a- Existência	85	47	85	A	1	85	A	1	25	C	2	25	C	2	15	C-	3
b- Conteúdo	55	23	55	B	1	25	C	2	10	D+	4	10	D+	4	15	C-	3
c- Acesso	45	37	45	B-	1	35	C+	2	35	C+	2	35	C+	2	35	C+	2
3.1 - Concepção de estrutura e distribuição	73	66	73	A-	1	66	B+	3	68	B+	2	68	B+	3	56	B	4
3.1.1 - Canais regulares para promover a interação com a audiência e a sociedade	61	50	61	B+	1	48	B-	3	55	B	2	55	B	3	35	C+	4
a- Existência	85	75	85	A	1	85	A	1	85	A	1	85	A	1	35	C+	2
b- Conteúdo	55	37	55	B	1	25	C	3	35	C+	2	35	C+	2	35	C+	2
c- Acesso	45	41	45	B-	1	35	C+	2	45	B-	1	45	B-	1	35	C+	2
3.1.2 - Estrutura e formato do programa	85	82	85	A	1	85	A	2	81	A	2	81	A	3	78	A-	3
a- Existência	85	85	85	A	1	85	A	1	85	A	1	85	A	1	85	A	1
b- Conteúdo	95	89	95	A+	1	95	A+	1	85	A	2	85	A	2	85	A	2
c- Acesso	75	73	75	A-	1	75	A-	1	75	A-	1	75	A-	1	65	B+	2

FONTE: Elaborado pelos autores

Artigos Livres

No que diz respeito ao emprego do software Q-Avalia e do método de avaliação por meio dele implementado, a pesquisa demonstrou que o software tem capacidade de organização, gestão, armazenamento e geração de relatórios satisfatória, que auxilia e ajuda a identificar detalhadamente o desempenho de cada produto avaliado, conforme o indicador e subindicador, além de comparar com a média do setor e com os melhores desempenhos possíveis de serem obtidos, conforme se verifica na Tabela 2. O grupo segue usando o sistema para avaliações similares, ajustando indicadores e planejando novas funcionalidades.

O rol dos indicadores apresentados na avaliação, assim como as diferentes dimensões dos subindicadores considerados, além de apontar o diagnóstico sugerido, oferecem também aos veículos avaliados soluções editoriais para atingir níveis mais elevados de performance. Os mesmos indicadores empregados para a avaliar se apresentam, portanto, como soluções que, se empregados devidamente, podem melhorar a gestão de seus conteúdos e de suas práticas, que podem impactar positivamente em sua credibilidade junto às audiências e à sociedade.

Considerações Finais

A relevância que os *podcasts* alcançaram no cenário jornalístico brasileiro traz consigo a preocupação sobre a qualidade editorial que oferecem a seus ouvintes. A qualidade está associada diretamente à capacidade que estes produtos e suas organizações têm de responder à sociedade sobre suas decisões editoriais, e por conseguinte operar práticas profissionais accountable que elevem sua credibilidade jornalística.

Artigos Livres

O presente artigo se propôs avaliar esses produtos a partir de requisitos de gestão editorial, com base na adoção de boas práticas, definidas pelos sete indicadores aplicados: Projeto Editorial; Código de Ética; Correção de erros, garantia do contraditório e atualização do conteúdo; Canais regulares de relacionamento com a audiência e a sociedade (Como Ombudsman); Canais regulares para promover a interação com a audiência e a sociedade; e Estrutura e formato do programa. A avaliação aqui pretendida procurar avaliar em que grau esses instrumentos estão incorporados à gestão dos produtos avaliados e de suas organizações.

O resultado aponta para um cenário em que as boas práticas estão incorporadas, mas ainda não consolidadas, seja em relação à adoção parcial de parte dos indicadores seja em relação a não contemplar o conjunto de subindicadores que cada indicador requer para ser pontuado nas faixas superiores, como a faixa A. Existe, portanto, margem para melhorias, em que pese o relativo bom resultado geral, que requer maior esforço tanto das produções em si quanto das organizações responsáveis por elas.

O software Q-Avalia empregado na avaliação, que já permitiu conduzir outros processos avaliativos do tipo, tem demonstrado boa capacidade para implementar e mensurar os indicadores de avaliação usados. O grupo de pesquisa segue desenvolvendo e testando esse instrumento, com emprego em outras investigações, e planeja novas funcionalidades e aperfeiçoamentos, que dependem, contudo, de financiamento, haja vista o alto custo de atividades de desenvolvimento de sistemas informatizados.

Referências

- Alves, A., & Viana, L. (2019). “Filhas da Guerra”: uma análise da fala da mulher através do podcast. *Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*.
<https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-0701-1.pdf>
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2012). Post-industrial journalism: Adapting to the present. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8N01JS7>
- Assis, P. de. (2009). O crescimento do *podcast*: origem e desenvolvimento de uma mídia da cibercultura. https://www.academia.edu/5872782/O_crescimento_do_podcast_origem_e_desenvolvimento_de_uma_m%C3%ADdia_da_cibercultura
- Associação Brasileira de Normas Técnicas. (2015a). ABNT NBR ISO 900: Sistemas de gestão da qualidade — Fundamentos e vocabulário. ABNT.
- Associação Brasileira de Normas Técnicas. (2015b). ABNT NBR ISO 901: Sistemas de gestão da qualidade — Requisitos. ABNT.
- Christofolletti, R. (2010). Indicadores da qualidade no jornalismo: Políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros. UNESCO.
https://www.academia.edu/2151884/Indicadores_da_Qualidade_no_Jornalismo_pol%C3%ADticas_padr%C3%B5es_e_preocupa%C3%A7%C3%B5es
- IAB Brasil. *Podcast advertising. Guia*. (2019).
https://iabbrasil.com.br/wp-content/uploads/2019/08/Guia-IAB-Podcast_v2.pdf
- Jr, J. J. L. D., Oliveira, J. A. P. de, & Meira, S. R. de L. (2013, July 1). Estudo Empírico sobre Adoção de SOA: Um Mapeamento Sistemático da Literatura. *SBC*. <https://doi.org/10.5753/sbqs.2013.15286>
- Erick Nery. (2019, Maio). A refeição de notícias mais importante do dia - Consumo, Jornalismo e Infotainment no *podcast* Café da Manhã. [Apresentação de trabalho] 9º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo.
- Fengler, S., Porlezza, C., Mazzoleni, G., & Eberwein, T. (2014). *Journalists and Media Accountability An International Study of News People in the Digital Age*. New York, Ny Lang, Peter New York.
- Fernandes, L. C. (2017). Jornalismo de Peito Aberto: o *Podcast* Mamilos e a Empatia na Era da Convergência. [Artigo em Anais]. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0478-1.pdf>

Artigos Livres

Franciscato, C. (n.d.). *Considerações metodológicas sobre a pesquisa aplicada em jornalismo*. http://sbpjour.org.br/admjor/arquivos/coord2_carlos_franciscato.pdf

Guerra, J. L. (2010). Sistema de gestão de qualidade aplicado ao jornalismo: Possibilidades e diretrizes. *E-Compós*, 13(3), 1–16. <https://doi.org/10.30962/ec.470> DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.470>

Guerra, J. (2017). Q-Avalia – Sistema de avaliação de qualidade: uma proposta de inovação, pesquisa aplicada e de desenvolvimento experimental em jornalismo. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, 15(1), 286. <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v15i1.21508>

Guerra, J. L. (2020). Ranking Q-Avalia da qualidade jornalística Brasil-Portugal 2018: Uma avaliação experimental. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 17(1), 54–75. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p54>.

Guerra, J. L. (2023). A Abordagem Estratégica da Qualidade em Jornalismo: Inovação, Tecnologia e Pesquisa Aplicada. *Comunicação E Sociedade*, 44, e023023. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4736](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4736)

Laís, C., Fernandes, & Ferraz, C. (2017). *Podcasts e a Cultura Digital: Estratégias Para Contar Histórias em uma Narrativa Convergente*. [Artigo em anais]. Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0378-1.pdf>

Lindgren, M. (2020). Jornalismo narrativo pessoal e podcasting. *Radiofonias – Revista de Estudos Em Mídia Sonora*, 11(1). <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4325>

Levatti, L. (2011). *A empatia e o vínculo sonoro como facilitadores da comunicação jornalística no podcast mamilos*. https://www.comcult.cisc.org.br/wp-content/uploads/2019/05/GT1_Leonardo_Levatti_FACASPER.pdf

Kemp, S. (2023). Digital 2023 Deep-dive: online áudio captures more of our attention. Digital 2023. https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-online-audio-captures-more-of-our-attention?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Partner_Article&utm_campaign=Digital_2023

Machado, E., & Sant’Ana, J. (2014). Limitações Metodológicas na Pesquisa em Jornalismo: Um Estudo dos Trabalhos Apresentados no GT de Jornalismo da COMPÓS (2000-2010). *Pauta Geral - Estudos Em Jornalismo*, 1(1), 26–42. <https://doi.org/10.18661/2318-857x/pauta.geral.v1n1p26-42>

McQuail, D. (2013). Principles of journalistic performance. In McQuail, D. (Ed.), *Journalism and society* (pp. 27–39). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781526435798>

Mendes, B., Rocha, A., & Temer, P. (2019). O *podcast* como gênero jornalístico. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf>

Meyer, P. (2007). *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*. Contexto.

Artigos Livres

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. (2022). Reuters institute digital news report 2022 (Vol. 2022). Reuters Institute for the Study of Journalism.

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

Newman, N., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2619576>

Organisation for Economic Co-Operation and Development. (2018). Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.

Petersen, K., Feldt, R., Mujtaba, S., & Mattsson, M. (2008). *Systematic Mapping Studies in Software Engineering*. DOI: 10.14236/ewic/EASE2008.8

PodPesquisa – abPod. (2019). <https://abpod.org/podpesquisa/>

Rafael. (2019, August 21). Guia - *Podcast Advertising* -. IAB Brasil. <https://iabbrasil.com.br/guia-podcast-advertising/>

Ramos, G. (2019). A participação do público na construção da pauta dos *podcasts*. Dialnet.unirioja.es; Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7448624>

Rothberg, D., & Garrido, B. A. (2019). Jornalismo, gestão da qualidade e regulação: Estudo comparado de 42 corporações de mídia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(1), 85–97. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p85>

Sá-Silva, J. R., Almeida, C. D. de, & Guindani, J. F. (2009). Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, 1(1). <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351/pdf>

Silva, S. P. da, & Santos, R. S. dos. (2020). O que faz sucesso em *podcast*? : *Radiofonias – Revista de Estudos Em Mídia Sonora*, 11(1). <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4317>

Sosa, E., & Bonito, M. (2019). *Pesquisa exploratória para conhecer o contexto científico dos Podcasts jornalísticos no Spotify*. [Artigo em anais]. Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. <https://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0091-1.pdf>

Vaisbih, R. (2007). Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via *podcast*. *ReMark - Revista Brasileira De Marketing*, 5, 13–26. <https://doi.org/10.5585/remark.v5i0.122>

Artigos Livres

Vicente, E. (2018). Do rádio ao *podcast*: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In *Emergências periféricas em práticas midiáticas*. ECA/USP. Recuperado de <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002906541.pdf>

Winter, Y. L., Feital, Y., & Machado, F. V. K. (2020). Radiojornalismo diário em formato *podcast*. *Anagrama*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-1689>.