

**Podcastmente: *podcasts* de saúde mental criados na pandemia  
de COVID-19 em Portugal**

**Paula Cordeiro**

(Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa)  
Morada postal institucional: Rua Almerindo Lessa 1300-663 Lisboa  
ORCID: 0000-0001-5994-4362  
([pcordeiro@iscsp.ulisboa.pt](mailto:pcordeiro@iscsp.ulisboa.pt))

**Ana Damázio**

(Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa)  
(Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa)  
Morada postal institucional: Rua Almerindo Lessa 1300-663 Lisboa  
([anadamazio14@maill.com](mailto:anadamazio14@maill.com))

**Paula Cordeiro:** Doutorada em Comunicação Interactiva, tem 2 livros publicados sobre rádio e plataformas digitais, é professora auxiliar de comunicação digital e rádio no ISCSP e coordenadora editorial da NiTfm, a primeira rádio de lifestyle em Portugal. Foi consultora de rádio e música, a primeira mulher provedora do ouvinte na RTP e a primeira embaixadora em língua Portuguesa do Body Image Movement, um movimento pelo amor próprio. É ainda cronista da revista Sábado e do portal de notícias Sapo 24.

**Ana Damásio (short bio):** Licenciada em Ciências da Comunicação.

**Submissão: 18/07/2021**

**Aceitação: 29/11/2021**

## **Podcastmente: podcasts de saúde mental criados na pandemia de COVID-19 em Portugal**

**Resumo** (PT): O que discutem os *podcasts* de saúde mental criados durante a pandemia da COVID-19 em Portugal? Procurámos compreender as características, os formatos e os conteúdos dos *podcasts* criados neste período e avaliar a utilização estratégica das categorias de indexação dos *podcasts* na Apple Podcasts. Recorrendo a entrevistas em profundidade e à análise de conteúdo qualitativa, concluiu-se que estes *podcasts* tratam de temas relacionados com a saúde mental, suas diferentes patologias e perturbações, ou com práticas que permitem minimizar o seu impacto no dia a dia, e com a importância da psicologia e da terapia. A análise interpretativa permitiu entender a finalidade e o tom do conteúdo, bem como as motivações que levam à criação destes *podcasts*, concluindo-se que a seleção das categorias é estratégica, em relação com o tipo de conteúdo produzido.

*Palavras-chave:* Podcast, Saúde Mental, Pandemia, COVID-19.

## **Podmind: mental health podcasts in Portugal during COVID-19**

**Abstract** (EN): What do the mental health podcasts created during the COVID-19 pandemic in Portugal discuss? We sought to understand the characteristics, formats and contents of the podcasts created during this period, to assess the strategic use of the podcast indexing categories in Apple Podcasts. Using in-depth interviews and qualitative content analysis, it was concluded that these podcasts deal with themes related to mental health, its different pathologies and disorders, or practices that allow to minimize its impact on daily life, and the importance of psychology and therapy. The interpretive analysis allowed understanding the purpose and tone of the content, as well as the motivations that lead to the creation of these podcasts, concluding that the selection of categories is a strategic choice even if related to the content produced.

*Keywords:* Podcast, Mental Health, Pandemics, COVID-19.

---

## Introdução

Considerada uma tecnologia provisória do futuro da rádio no digital (Menduni, 2007, p. 11), o *podcast* resulta da combinação da tecnologia e da prática (Cordeiro, 2010). Na senda de Berry (2006; 2016), Menduni (2007), Gallego (2010), Cordeiro (2012), Bonini (2012) ou Murtha (2016), consideramos que se trata de um novo conceito, simultaneamente uma atividade e formato de *media* e de distribuição, sendo também, para qualquer produtor, institucional ou individual, uma forma de relação com uma audiência.

Verifica-se que os criadores de *podcasts* estão mais interessados na transmissão (e no que esta representa) do que na prática. Estes têm vindo a multiplicar-se ao longo do tempo, com uma evolução muito rápida nos últimos anos. Em 2019, a Google registava mais de dois milhões de *podcasts* (Spangler, 2019). O Brasil é, na atualidade, o mercado de criação de *podcasts* que mais cresce no mundo, superando países como Inglaterra ou Canadá, o que é representado pelo aumento da produção de *podcasts* em língua portuguesa em 103% no primeiro semestre do ano de 2020, índice que inclui, também, Portugal (Voxnest, 2020). Há igualmente um aumento gradual do consumo de *podcasts*, verificando-se que, em 2019, 40% da população em Espanha tinha conhecimento do que era o *podcasting* (Feldman, 2019). Cardoso, Paisana e Martinho (2019) verificaram que 34% dos portugueses tinham escutado algum tipo de *podcast*. Em 2020, já 63% dos inquiridos tinham ouvido um *podcast* (Cardoso, Paisana & Martinho, 2020).

A pesquisa sobre as razões pelas quais as pessoas consomem os *media* recorda-nos que esta é uma forma de “satisfação das necessidades sociais e psicológicas” (McLeod, Ward & Tancil, 1965, p. 585). Da mesma forma, sabe-se que as pessoas utilizam a Internet intencionalmente de várias maneiras (Cordeiro, 2009).

O desenvolvimento da tecnologia, a crescente utilização de dispositivos móveis e o acesso à internet sem fios favoreceu a disseminação e escuta dos *podcasts* (Edison Research & Triton Digital, 2019). A compatibilidade do formato de áudio com as preferências de entretenimento e a experiência com a tecnologia dos consumidores justificam o aumento do volume de produção e do nível de popularidade (Edison Research & Triton Digital, 2020). A par do consumo encontra-se a produção: há cada vez mais conteúdo nas plataformas de *streaming*. A Apple Podcasts contava com um milhão e 500 mil *podcasts*, quase mais um milhão de *podcasts* do que em junho de 2018 (Edison Research & Triton Digital, 2020). Cardoso, Paisana e Martinho (2019) fazem notar Portugal como um dos

países com maior crescimento no consumo de *podcasts* (34%), numa tendência também registada em 2020, com um aumento de 4% para 38% (Cardoso *et al.*, 2020).

O estudo dos usos e das gratificações associado ao consumo de *podcasts* (Albarran *et al.*, 2007; McClung & Johnson, 2010; Berry, 2015; Wade & Paterson, 2015) não é, ainda, uma área consolidada, mas permite perceber que, entre as razões para ouvir *podcasts*, está o entretenimento, associado à facilidade de escuta a pedido e arquivo de episódios que o *podcast* oferece, contribuindo para o desenvolvimento, ainda, de relações parassociais (McClung & Johnson, 2010; Markman, 2011). Estudos recentes indicam que a vontade de aprender algo novo (Reuters, 2018), ou de melhorar a disposição (Deezer, 2020), são também motivações para a escuta de *podcasts*, facto que em muito se relaciona com o propósito deste estudo, que procura estabelecer uma relação entre *podcasts* e saúde mental, estudando a forma e os objetivos de produção, bem como os temas abordados, para entender a motivação de produzir *podcasts*. A presente investigação tenta avaliar a intencionalidade na utilização da categoria temática de saúde mental na indexação nos agregadores de *podcasts*, com destaque para a aplicação Apple Podcasts. A escolha da Apple Podcasts decorre de, embora este não tenha sido o primeiro serviço de distribuição de *podcasts*, foi, no entanto, o primeiro agregador que, para além de ouvir, permitia subscrever e organizar os *podcasts* numa livraria de áudio. Criada em 2005 e integrada no iTunes, atualizava o conteúdo sempre que o mesmo era disponibilizado pelo seu criador, eliminando a necessidade de utilização de outra aplicação para ouvir um *podcast*, facto que levou a Apple a assumir a liderança no setor, autonomizando a aplicação para a tornar exclusiva para *podcasts* em 2012, assumindo-se como referência no setor para a publicação e escuta deste conteúdo áudio.

Vamos, por isso, procurar compreender se a opção de publicação na Apple Podcasts e a escolha da categoria são uma estratégia, se a produção destes conteúdos se associa a uma necessidade de exploração individual ou se é resultado de um fenómeno de moda, ligado à maior visibilidade das questões do foro da saúde mental. De que falam estes *podcasts* e como pode a categoria na qual se incluem servir para divulgar um novo *podcast*?

Consideramos que a tendência de crescimento na produção de *podcasts* se prende com variados motivos. No ano de 2020 esta poderá explicar-se por fatores atípicos, nomeadamente a pandemia que afetou o mundo inteiro. Em Portugal, decretou-se estado de emergência a 18 de março de 2020, e a 20 de março de 2020 entrou em vigor o decreto de lei que limitava a circulação e obrigava ao confinamento da população, com exceção

dos setores da saúde, do comércio alimentar e de outras atividades profissionais impedidas de se realizarem via *online* (Portugal, 2020).

Em resultado do medo, do pânico, da angústia, do isolamento e de outros fatores associados ao novo coronavírus, a saúde mental necessitou de maior atenção por parte da sociedade, quando se viram crescer os índices de perturbações mentais. Segundo a OMS, os sintomas de pânico aumentaram 35% na China, 60% no Irão e 40% nos Estados Unidos da América, países vastamente afetados pela pandemia (Lusa, 2020b). Nos últimos anos é cada vez mais visível o crescimento das perturbações de saúde mental a nível mundial e, em Portugal, o fenómeno é equivalente, com registo de cada vez mais casos de ansiedade ou depressão (Maia & Dias, 2020; Chyczi, Ramos, Santos, Jesus & Alexandre, 2020; Afonso & Figueira, 2020). A quarentena profilática originou uma série de riscos, pois, quanto mais isoladas ficam as pessoas, maior o risco de desenvolverem doenças psiquiátricas (Afonso, 2020). Coloca-se a possibilidade de que os consecutivos longos períodos de isolamento social devido à COVID-19 tenham tido impacto na saúde mental e tenham alterado a forma como os indivíduos se relacionam, além da vulnerabilidade emocional e psicológica que as questões económicas e incerteza do futuro trouxeram.

Em tempos de pandemia, o *podcast* pode ser um formato e conteúdo de acesso fácil, perante as limitações provocadas pela pandemia. Se antes o aumento se verificava, sobretudo, em *podcasts* relacionados com temas especializados, podcasts de notícias e podcasts de desporto (Cardoso *et al.*, 2019), a escuta de *podcasts* sobre *lifestyle* tornou-se cada vez mais evidente (Cardoso *et al.*, 2020), sendo esta a categoria da Apple Podcasts na qual se inclui a subcategoria de saúde mental. Desta forma, procurámos compreender de que falam os *podcasts* incluídos na subcategoria de saúde mental da Apple Podcasts em Portugal criados durante a pandemia COVID- 19.

## **1. Podcasts e saúde mental**

O termo *podcasting* baseia-se na combinação das palavras *broadcasting* (Potter, 2006) – modo de distribuição de conteúdo de áudio ou vídeo, através dos *mass media*, para uma audiência dispersa – e *iPod* – *media player* portátil criado pela *Apple* em 2001 (Canequela, 2015). O *podcast* é um conteúdo áudio, disponibilizado através de um arquivo de som que se escuta em *streaming*, ou através de subscrição, em agregadores de *podcasts*. O *podcast* assenta na distribuição de arquivos de áudio pela Internet através de

RSS. Pode aceder-se aos arquivos áudio em equipamentos móveis ou computadores pessoais através de aplicações desenhadas para o efeito, como será o caso da aplicação Apple Podcasts. Parece-nos tratar-se de um híbrido, com raízes na popularização do iPod, o leitor de mp3 portátil criado pela Apple em 2001, que é tanto o formato de distribuição através de RSS, quanto o formato, em si mesmo, com raízes e inspiração nos conteúdos da rádio (Berry, 2006; Menduni, 2007; Gallego, 2010).

Assim como a rádio, o *podcast* é uma experiência acústica que se pode ouvir sozinho e durante tarefas. Do seu conteúdo fazem parte apresentadores (*podcasters*), músicas e histórias ou discussões de diversificados tópicos que agradam aos ouvintes, sendo considerado um formato de áudio e distribuição de conteúdo de nicho (Markman & Sawyer, 2014, p. 21). Conseguir alcançar públicos definidos e de menor dimensão que procuram ouvir conteúdo que seja do seu interesse pessoal. Considerado um meio didático, tem a particularidade de poder ser produzido em ambientes domésticos, os chamados *home studios* (Berry, 2016, p. 15).

O *podcast* requer que seja o ouvinte a procurar e a escolher o que quer ouvir, tendo um papel preponderante e muito mais ativo no processo de seleção (McClung & Johnson, 2010, p. 83; Murray, 2009, p. 206). A autonomia na escuta de um *podcast* permite um maior envolvimento emocional e, por isso, gera uma sensação de intimidade e confiança, levando a que seja mais provável que o ouvinte esteja a consumir um conteúdo à sua escolha, gosto e necessidade, e num horário em que o próprio pode prestar atenção e não abandonar, pausar ou adiar a escuta (Berry, 2016, p. 12). Para Markman (2011), o *podcasting* é um desejo pessoal de autoexpressão, pelo gosto de atuar com o microfone ou pela necessidade de melhorar competências. As relações interpessoais revelam-se importantes pela motivação que parte das pessoas com quem se relacionam (Markman, 2011, pp. 555-557). Como McLeod *et al.* (1965, p. 585), McQuail (2003) também afirma que a comunicação dos *media* se caracteriza pela satisfação intrínseca do emissor e do recetor com consequências na comunidade (p. 56). Markman (2011) reforça a ideia afirmando que “motivos de tecnologia/*media*, motivos interpessoais, motivos pessoais, motivos de conteúdo, motivos de processo e motivos financeiros” são os que levam à criação e escuta de *podcasts* (p. 555). A vontade de fazer rádio livre da indústria e restrições legais, as experiências anteriores em rádio, ser ouvinte de outros *podcasts*, o interesse pela tecnologia e pelos assuntos de *podcast* e o desejo de experimentar são as razões apontadas para justificar a atratividade do *podcast*. Os *podcasters* sentem que, ao

partilhar as suas opiniões e ao debater assuntos do seu interesse, eles e os ouvintes se ajudam e inspiram mutuamente. Para além de todas as características semelhantes entre a rádio e os *podcasts*, os formatos de programas também se classificam da mesma forma.

Existem inúmeros géneros de programas radiofónicos associados ao *podcast*, destacando-se a entrevista, o debate, a crónica, a notícia, a reportagem e o comentário. Uma análise empírica dos temas e formatos de *podcast* mais comuns nos principais agregadores, nomeadamente no Apple Podcasts, demonstram que encontramos o formato de narrativa ficcional, com *podcasts* que se baseiam em histórias reais ou ficcionais; a entrevista ou diálogo alargado; bem como a crónica. De entre os temas, encontramos o humor, a sátira e a comédia; o desporto, a cultura e o entretenimento; bem como a informação e educação, em que se incluem a ciência e tecnologia, a economia e os negócios. Há uma categoria mais alargada, o *lifestyle*, que inclui temas muito variados, como viagens, política e questões sociais, mas também os diários pessoais e a saúde mental, como subcategorias.

A necessidade de discutir temas pouco abordados num nicho que, por vezes, é esquecido está entre os fatores de sucesso do *podcast*. Uma vez que as escolhas de conteúdo são feitas de acordo com a motivação de quem consome, os indivíduos utilizam os *media* para orientação pessoal, lazer, adaptação, informação e formação de identidade. No caso do *podcast*, os agregadores de *podcasts* (iTunes – atual Apple Podcasts –, Spotify e outras aplicações) são intermediários neste processo de aproximação ao ouvinte. A comunicação contemporânea faz-se num ambiente predominantemente visual, no qual o *podcast*, pela ausência de imagem, parte em desvantagem, pelo que na sua promoção há fatores determinantes: o SEO, caso tenha um *website*, a plataforma através da qual o RSS Feed é gerado, a categoria ao qual está associado nos agregadores de *podcasts* e os elementos visuais para identificação nos agregadores e para promoção na *web* e redes sociais.

A pandemia que assolou o mundo a partir de 2019 pode ter levado a uma alteração nas estatísticas de tópicos que, à primeira vista, não se relacionariam. Como vimos, a saúde mental degradou-se (Maia & Dias, 2020; Chyczi *et al.* 2020; Afonso & Figueira, 2020; SingleCare, 2020), o isolamento da população alterou rotinas e fez aumentar o consumo de *media*. Um estudo da Universidade de Stony Brook em Nova Iorque (Azad, 2020) e outras estatísticas apresentadas (Watson, 2020a) comprovam que o novo coronavírus levou ao aumento do consumo de *media*, do qual o *podcast* também fez parte (Watson, 2020b). Na Europa assistiu-se ao crescimento do consumo de *podcasts* relacionados com bem-estar físico e bem-estar pessoal, comédia e entretenimento, possível reflexo da

necessidade de cuidar do corpo e da mente numa era pandémica (Saucedo, 2020). Por sua vez, os portugueses seguiram a tendência mundial (Edison Research & Triton Digital, 2020) e escutaram, no ano de 2020, mais *podcasts* sobre *lifestyle* (15,9%), nos quais se pode incluir temáticas que, de alguma forma, influenciem a saúde mental, como a prática de *yoga* e de uma alimentação saudável, *podcasts* especializados, em que se inclui a categoria *saúde mental* (15%), e *podcasts* sobre temas noticiosos (13%).

Um dos problemas que a pandemia do novo coronavírus envolve é a chamada pandemia oculta. Em Portugal, por exemplo, a Linha de Aconselhamento Psicológico (LAP) (SNS, 2020a) revelou que, até setembro de 2020, tinha recebido quase 40 mil chamadas relacionadas com problemas do foro mental (SNS, 2020b). Calcula-se que muitos dos *podcasts* associados à temática *saúde mental* possam ter surgido durante este período para que os seus produtores pudessem partilhar com os ouvintes as suas preocupações, informações ou formas de minimizar o impacto da realidade, ajudando a cuidar das emoções ou a aliviá-las. A escuta de *podcasts* da temática tem vindo a aumentar de igual forma ao contemplar tópicos, pontos de vista e experiências profissionais (Fronek, Boddy, Chenoweth & Clark, 2016) e ao oferecer discussões informativas sobre as questões e práticas de saúde mental (Dr. Robert Casares launches counseling podcast, 2018; McGrievy, Kalyanaraman & Campbell, 2013). Estes *podcasts* não só ajudam, como dissolvem o estigma existente na sociedade (Wills, 2020) e educar sobre o tópico e o cruzamento com outras áreas da medicina (Berry *et al.*, 2018; Nwosu, Monnery, Reid & Chapman, 2017).

## **1. 2. Dar voz à saúde mental: metodologia de investigação**

Para a compreensão daquilo de que falam os *podcasts* de saúde mental em Portugal, analisámos o conteúdo dos *podcasts* da subcategoria *saúde mental* no agregador Apple Podcasts, que é também a plataforma de *streaming* da Apple, acessível através do iTunes. Procurou-se perceber quais são as motivações para o aumento da produção destes *podcasts* durante a pandemia de COVID-19, quais os benefícios para quem produz e de que forma este tipo de conteúdos cativa os ouvintes. Formularam-se quatro objetivos específicos, nomeadamente, o levantamento dos *podcasts* criados durante a pandemia da COVID-19 em 2020 e indexados à subcategoria *saúde mental*; a compreensão do uso estratégico das categorias no lançamento de um novo *podcast*; a caracterização dos

*podcasts* no Top 10 desta subcategoria em termos de formato e conteúdo; e, finalmente, a avaliação da motivação para produzir *podcasts* na subcategoria *saúde mental*.

Com um método de base qualitativa, recorreremos à entrevista em profundidade e, como técnica de análise, à análise de conteúdo qualitativa, tendo sido feita uma análise temática e interpretativa dos dados obtidos. Foi ainda feita uma análise descritiva no que toca ao formato e ao conteúdo dos *podcasts* de saúde mental no Top 10 do iTunes em Portugal.

Foram realizadas três entrevistas, de carácter semiestruturado, através da plataforma Zoom. A entrevista semiestruturada garante ao entrevistador a liberdade na sua condução, introduzindo ou eliminando questões de acordo com as respostas do entrevistado, como Bryman (2012, pp. 470) fez notar. Em tempo de confinamento a entrevista *online* revelou-se a única forma possível de as realizar e de existir uma aproximação ao contexto de realização de uma entrevista presencial, ainda que mediada pela tecnologia. A plataforma Zoom permite um contacto à distância semelhante ao contacto presencial, não prejudicando a condução da entrevista, como Salmons (2012) evidenciou, Bryman (2012) confirmou e Archibald, Ambagtsheer, Casey e Lawless (2019) fizeram notar. As questões colocadas centravam-se nas razões de criação do *podcast* e no papel da motivação nesse processo para compreender a eventual relação entre o perfil profissional das entrevistadas e a criação de um *podcast* neste período de pandemia e confinamento. Da mesma forma, a entrevista procurou perceber se o contexto da altura influenciou a decisão de começar o *podcast* e discutir o potencial de influência de um *podcast* desta natureza e sobre este tema na vida de quem ouve, mas também de quem produz. Finalmente, foram inventariadas as formas de produção, promoção e divulgação de um novo *podcast*. As respostas foram analisadas através de análise interpretativa, seguindo o princípio de Neuendorf (2002), tendo sido transcritas para uma análise profunda e ao pormenor do discurso. Os dados obtidos contribuíram para a construção teórica, que procura compreender as características, os formatos e os conteúdos dos *podcasts* criados neste período e avaliar a utilização estratégica das categorias de indexação dos *podcasts* na Apple Podcasts. Relativamente aos *podcasts*, foram analisados seis *podcasts* e dois episódios de cada *podcast*, mais próximos da data de observação. O mesmo princípio foi aplicado à caracterização do Top 10 da Apple Podcasts. Foram analisados *podcasts* nacionais e estrangeiros, categorizados e codificados para análise de conteúdo segundo Bardin (2011), através da qual, para cada episódio de cada *podcast*, foi definido o tema,

seguido da agregação de palavras e expressões em categorias, permitindo a identificação de subtemas, associados aos respetivos temas.

Para caracterizar os *podcasts* no Top 10 da subcategoria *saúde mental* do iTunes, em Portugal, em termos de formato e conteúdo, observaram-se as estatísticas de consumo de *podcasts* de saúde mental num dia escolhido aleatoriamente. A observação realizou-se no dia 22 de novembro de 2020, dia em que se encontrava em vigor o quarto estado de emergência desde o início da pandemia (Decreto do Presidente da República n.º 59-A de 20 de novembro da Presidência da República, 2020) no país, com medidas de recolhimento obrigatório. Neste dia encontravam-se no Top 10 *podcasts* que foram analisados na sua generalidade, assim como as páginas *web* dos *podcasts*, percebendo-se o tipo de conteúdo e formato. Foram escolhidos dois episódios de cada *podcast* para o levantamento dos temas tratados. Verificou-se que recorrem ao formato de conversa ou entrevista, numa estrutura na qual o produtor disserta sobre um tema ou recorre a um convidado para, juntos, abordarem temáticas relacionadas com a psicologia, o desenvolvimento pessoal e a saúde mental. Os episódios têm duração variável e são conduzidos pelo seu autor, ao qual, por vezes, se juntam convidados, tratando os temas através da reflexão, testemunho, alerta e aconselhamento, educando e motivando a compreensão de algumas temáticas. A seleção dos *podcasts* do Top 10, dos *podcasts* mais ouvidos numa determinada categoria, prende-se com o elemento usado por este agregador para organizar os *podcasts* por notoriedade e popularidade, estando a mesma associada à conjugação de diversos fatores que passam pelo número de escutas, subscrições e avaliações que cada novo *podcast* consegue reunir num período de seis semanas, passando da categoria de novo *podcast* para a listagem geral de *podcasts* de uma categoria e, daí para a listagem dos mais ouvidos na sua respetiva categoria e/ou subcategoria.

Além dos *podcasts* de saúde mental criados durante o período estudado, foram também vários os *podcasts* indexados a outras categorias durante a pandemia da COVID-19, nomeadamente: “Kológica”, produzido pela atriz Vera Kolodzig na categoria *ensino*; “Diz-lhe que Não”, de autoria da escritora Helena Magalhães; “Oh não, mais um podcast!”, do locutor de rádio Diogo Beja e da *blogger* Mia Relógio, ambos na categoria *sociedade e cultura*. Margarida Martins e Tânia Brinca deram início ao “Mais ou Menos Podcast”, inserido na categoria *lazer*, percebendo-se que o escapismo, a evasão e a ocupação do tempo durante o confinamento foram as motivações para o desenvolvimento de *podcasts*. Os *podcasts* de saúde mental que integram esta investigação foram encontrados através de pesquisa na Apple Podcasts e de verificação da data do seu

lançamento. O Top 10 *podcasts* da Apple Podcasts, nesta categoria, foi caracterizado. Através de uma pesquisa alargada ao Top 100 e das categorias da Apple Podcasts foram encontrados quatro *podcasts* portugueses de saúde mental: três (criados na pandemia) foram profundamente analisados, nomeadamente “A mente também dói – The Pineapple Girl”; “Desafio 21 Dias de Positividade” e “PSYCHOTERAPIA”. Outro (criado antes da pandemia) foi caracterizado por pertencer ao Top 10, o “Auto-Estima Podcast”. O mesmo foi aplicado aos *podcasts* estrangeiros, caracterizando aqueles criados antes da pandemia, a saber, “Cleaning Up the Mental Mess”, “Daily Meditation”, “Pare pra Pensar”, “Psychology in Seattle”, “Ten Percent Happier”, “The Mindset Mentor” e “The Motivated Mind;” e, na pandemia, o “Claam it Down”, “Radio Headspace” e o SenseCast. O Top 10 de *podcasts* de saúde mental permitiu identificar um *podcast* português, “PSYCHOTERAPIA”, e um *podcast* não português, “Radio Headspace”, criados durante a pandemia da COVID-19, entre os meses de março e novembro de 2020. Através da observação das restantes estatísticas e da plataforma foi possível encontrar mais dois *podcasts* portugueses e dois *podcasts* não portugueses criados durante a pandemia da COVID-19 e ouvidos em Portugal, os quais discutem a saúde mental enquanto temática e abordam a importância das terapias tradicionais ou os benefícios das terapias alternativas. Os *podcasters* pretendem transmitir um testemunho das suas experiências para ajudar e incentivar quem os ouve ou partilhar com os outros o conhecimento que têm sobre o tema.

## **2. Apresentação de resultados**

Para caracterizar os *podcasts*, podemos afirmar que o Top 10 de *podcasts* de saúde mental do iTunes em Portugal na data de realização do estudo apresentava os seguintes *podcasts*: em número um, “Psychoterapia”, de Joana Gama, criado em abril de 2020, é conduzido pela própria num registo informal de conversa para legitimar o seu próprio pensamento (Gama, 2020). Aborda temas que lhe permitem uma psicanálise própria através da sua perspetiva pessoal e sem qualquer tipo de experiência profissional na área ou qualquer intenção de influenciar. Tem como principais temas a fraqueza da sanidade mental e a artificialidade vivida nos dias atuais, mostrada nas redes sociais, como o Instagram. O *podcast* “The Mindset Mentor” foi criado em 2018 pelo orador e *mental coach* Rob Dial e destina-se a qualquer pessoa que deseje obter motivação no seu quotidiano e encontrar

concentração e orientação na sua vida (Dial, 2018). Com o *podcast*, o autor pretende que os ouvintes aprendam a superar as suas crenças autolimitadoras e que clarifiquem o seu propósito de vida através de estratégias que o próprio propõe (Dial, 2021). O “Daily Meditation Podcast”, como o nome indica, é um podcast de meditação de Mary Meckely, uma professora de meditação e especialista na redução de ansiedade e *stress* e na melhoria de hábitos do sono (Meckley, 2016). O seu *podcast*, criado em agosto de 2016, é uma biblioteca de meditações guiadas diárias com o objetivo de ajudar o ouvinte a alcançar um estilo de vida saudável e a felicidade, através de sensações de paz no corpo e melhorias do sono (The Daily Meditation Podcast, 2021). Com episódios em todos os dias da semana, a *podcaster* procura ajudar a controlar as emoções de quem a ouve, incluindo novos temas semanalmente e adaptando técnicas de meditação diárias diferentes. “Radio Headspace” é produzido pela Headspace Studios e tem como especialidade a meditação. A Headspace é uma empresa de *health care* fundada em Londres, em 2010, e sediada nos Estados Unidos da América. O *podcast*, criado em maio de 2020, é uma ferramenta de disponibilização de conteúdo, em que todas as manhãs de cada dia da semana é disponibilizada uma sessão de meditação guiada, com o objetivo de o ouvinte refletir em relação ao que sente e ao que o envolve e encontrar melhores formas de viver e lidar com as emoções e acontecimentos da vida. “Cleaning Up the Mental Mess with Dr. Caroline Leaf” é um *podcast* de 2018 que oferece dicas práticas e outras ferramentas para ajudar o ouvinte a controlar o seu estado emocional e psicológico e a sua saúde física (Leaf, 2018). “The Motivated Mind” é apresentado pelo escritor Scott Lynch e foi criado em outubro de 2018 a partir da ideia do autor de que “sucesso gera sucesso” (Lynch, 2018); o *podcast* tem como principal objetivo transmitir motivação aos ouvintes através de reflexões e testemunhos de convidados ao longo de cada episódio. “Pare pra Pensar” foi desenvolvido pelo comunicador brasileiro Allan Pinto, teve início em fevereiro de 2020 e conta com a participação especial de Liszt Rangel em cada um dos seus episódios (Podtail, 2021). O escritor, jornalista, historiador e psicólogo abre discussão para diversos temas associados à saúde mental e à espiritualidade. “AutoEstima Podcast”, de Débora Água-Doce, uma psicóloga clínica portuguesa que criou a “Clínica da AutoEstima” em 2019, é um *podcast* que começou em fevereiro de 2020 com reflexões sobre o amor e o isolamento em tempos de COVID-19, para passar a ser um espaço de partilha de histórias de inspiração relacionadas com a autoestima (Água-Doce, 2020). “Ten Percent Happier with Dan Harris” é um *podcast* sobre formas de ser feliz. Foi criado em março de 2016 e conta com a participação de professores de meditação, cientistas e celebridades que

tenham vontade de partilhar informação sobre meditação, ansiedade social, preconceito, criatividade, produtividade ou relacionamentos. No décimo lugar, “Psychology in Seattle Podcast” é um *podcast* de entretenimento e ao mesmo tempo educacional e é conduzido pelo professor universitário e terapeuta Kirk Honda sobre temas relacionados com a psicologia e outras áreas de saúde mental.

Na restante listagem do top encontraram-se mais dois *podcasts* portugueses criados neste período: “A mente também dói – The Pineapple Girl” (The Pineapple Girl, 2020), de Diana Carvalho Pereira, e “Desafio 21 dias de Positividade” (Lopes & Caldeira, 2020), de Fátima Lopes e Rute Caldeira.

Em resultado da categorização, verificámos que estes *podcasts* abordam sobretudo temas que relacionam fatores preponderantes na existência de problemas de saúde mental, patologias e terapias. Verifica-se ainda a existência de guias educativos associados ao tema da saúde mental. Procedeu-se a uma análise de conteúdo qualitativa dos três *podcasts* de saúde mental portugueses criados entre os meses de março e novembro de 2020 para perceber do que tratam, verificando-se que em comum têm a discussão e fatores preponderantes na existência de problemas de saúde mental e os temas da depressão, ansiedade e meditação, abordando patologias e terapias, sobretudo a meditação como uma terapia alternativa para a redução do impacto negativo dos problemas que afetam a saúde mental dos indivíduos. Nos seis episódios analisados dos três *podcasts* é notório que todos abordam temas e subtemas relacionados com a saúde mental.

Em “PSYCHOTERAPIA”, Joana Gama apresenta os seus episódios numa forma de testemunho, ao partilhar com os ouvintes os problemas de saúde mental e os acontecimentos que contribuíram para o seu aparecimento. Ao mesmo tempo, reflete sobre distintos assuntos relacionados com a mente e alerta para questões importantes, como ir ao psicólogo ou fazer terapia, ou saber quando, de alguma forma, algum problema é um problema e afeta o ser humano psicológica e emocionalmente. Em “A mente também dói”, Diana Carvalho Pereira conduz os episódios analisados como entrevistas e expõe distintos temas que se introduzem na saúde mental. Num estilo mais informativo e com o objetivo de ensinar quem ouve, levou a um dos seus episódios profissionais da mente, tradicionais e alternativos, para que fossem esclarecidas eventuais questões que poderão ser gerais na sociedade. No episódio seguinte tomou o lugar de entrevistada e, como aluna do sexto ano de medicina, desmistificou e esclareceu informação sobre a mente e as diferentes patologias, as diferenças entre psicologia e psiquiatria, causas de

doenças de saúde mental e a relação entre a emergência de falar sobre saúde mental e a pandemia. Fátima Lopes, apresentadora de televisão, e Rute Caldeira, professora de yoga e meditação, trazem o “Desafio 21 dias de Positividade” como uma biblioteca de reflexão. Em cada um dos episódios está presente uma sessão de meditação baseada num tema que afete a mente positivamente e minimize os aspetos negativos com que a mente lida. Ao mesmo tempo, motivam os seus ouvintes a viverem uma vida melhor e com mais positividade.

Analisaram-se também três *podcasts* estrangeiros sobre saúde mental criados durante a pandemia COVID-19 que são ouvidos em Portugal, para perceber se os temas discutidos são semelhantes e a forma como o fazem. Entre os episódios dos três *podcasts* sobre saúde mental estrangeiros, os temas discutidos mais próximos são a meditação e a libertação do ser. Tal como nos *podcasts* portugueses, também a meditação se destaca como forma de aliviar os problemas de saúde mental ou de melhor lidar com eles. Sendo um *podcast* produzido por uma mulher brasileira e dois outros *podcasts* por dois homens norteamericanos, em cada um dos episódios analisados é adotado o estilo informal de transmissão de informação, comum ao estilo e à comunicação dos *podcasts* oriundos destes países. O objetivo passa por informar o ouvinte, mas também por fazê-lo refletir sobre a forma como encara a vida e a sua saúde mental e motivá-lo a ser e fazer melhor por si e pela sua mente.

### **3. Discussão de resultados**

Um dos resultados mais notórios nas análises de conteúdo dos *podcasts* é o facto de nem sempre ser perceptível a conexão com a saúde mental. Muitas vezes as temáticas não estão diretamente ligadas, mas é encontrado um tipo de relação na forma como o conteúdo é exposto, sejam assuntos que são influentes no estado saudável ou menos saudável da saúde mental, sejam consequências do próprio estado da saúde mental. “PSYCHOTERAPIA” não tem *website* próprio: está alojado num agregador que distribui de forma automática para outros agregadores e na Apple Podcasts, pelo que a seleção da categoria em que se indexa é determinante para a sua visibilidade. Neste, como em todos os casos, o autor do *podcast* vai além dos temas diretamente ligados à saúde mental, pelo que a associação à categoria de saúde mental é uma forma de maximizar a exposição, usando a categoria para a partilha de outras informações.

Com as entrevistas semiestruturadas foi possível perceber algumas motivações que levam à criação de *podcasts* na área da saúde mental, como em outras categorias, que, de alguma forma, foram incentivados por questões de saúde mental durante a pandemia da COVID-19.

Joana Gama, autora do *podcast* que se encontrava em primeiro lugar dos *podcasts* de saúde mental mais ouvidos em Portugal na plataforma iTunes no dia da observação, começa por referir que o seu grande interesse pela psicologia e filosofia foram os principais motores de arranque na criação do seu *podcast*, mas foi a sua necessidade de contextualização e de desenvolvimento pessoal que deu forma ao projeto. O facto de ser locutora de rádio havia dez anos facilitou o processo de decisão para iniciar este projeto sozinha. Considera que está em vantagem pela facilidade de dicção e articulação de palavras, consequente de uma profissional de comunicação, e pela maior noção do conteúdo procurado pelo ouvinte. A necessidade de expressar o que sente, de criar algo “de dentro para fora” e de ver os seus sentimentos e pensamentos legitimados vem desde o tempo em que começou a trabalhar na área da comunicação, onde sentia que não podia ser ela mesma. Este conjunto de razões, aliado ao facto de estar aborrecida durante o tempo de confinamento da COVID-19 em Portugal, fê-la acelerar um projeto que já ambicionava, mas que não esperava iniciar tão cedo.

Também Margarida Martins e Tânia Brinca realçam motivações idênticas. Quando deram início ao “Mais ou Menos Podcast” eram ambas alunas de Ciências da Comunicação e estagiárias na rádio, tendo a principal motivação para o início deste projeto sido as “saudades do microfone”. Tânia refere ainda que o *podcast* foi um “refúgio” para uma quase recém-licenciada sem perspetivas de mercado de trabalho como consequência da pandemia. Embora não esteja inserido na subcategoria de saúde mental, o *podcast* da categoria *lazer* foi um aliado para ambas as produtoras na manutenção da sanidade mental durante um período de tempo atípico. A produção, gravação e edição do *podcast* ocupava-lhes o tempo que, de outra forma, seria ocupado com pensamentos relacionados com os problemas que o mundo enfrentava.

O “PSYCHOTERAPIA” e o “Mais ou Menos Podcast”, como dois novos *podcasts*, utilizaram a rede social Instagram para sua promoção e divulgação. Enquanto Margarida e Tânia criaram curiosidade nos seus seguidores com publicações de *countdown* e criaram uma página e a identidade visual do *podcast* através do sistema de cores, ao mesmo tempo

que interagiam com os ouvintes através de ferramentas como os *instastories*, no Instagram, Joana não sentiu necessidade de fazer publicações de promoção e afirma que utiliza a plataforma apenas para divulgar os episódios e que apenas os títulos criativos para cada um são pensados – donde se percebe a relativa intencionalidade na seleção da categoria de indexação usada: saúde mental, fator que beneficiaria o “Mais ou Menos Podcast” por indiretamente tratar o tema em estudo.

Atentando na data de criação dos *podcasts* do Top 10 do iTunes, bem como na data de criação dos *podcasts* analisados e criados durante a pandemia de COVID-19, é perceptível o aumento gradual de produção de *podcasts*, como indicavam as estatísticas de Edison Research & Triton Digital (2020) e como se pode observar na produção de *podcasts* de saúde mental. Joana Gama, autora, afirma que, na sua perspectiva, os *podcasts* de saúde mental aumentaram nos últimos anos como consequência deste aumento na generalidade dos *podcasts*. Admite, no entanto, que o aumento deste género de *podcasts* durante a pandemia da COVID-19 está associado ao interesse crescente na saúde mental durante este período. Ao observar os vários *podcasts* de saúde mental tratados no estudo, verificou-se que as temáticas abordadas estão relacionadas com a saúde mental e os seus problemas, bem como formas de melhorar e minimizar o impacto de diversos fatores na saúde mental – desde abordar temas específicos como a depressão, a ansiedade ou o suicídio até abordar temas como a psicologia, a meditação, o *yoga* e outras práticas. Através da análise temática dos *podcasts* de saúde mental criados durante a pandemia da COVID-19 em Portugal – o “PSYCHOTERAPIA”, “A mente também dói” e “Desafio 21 dias de Positividade” –, é perceptível que estes têm como maior semelhança a abordagem da depressão, da ansiedade e da meditação. De acordo com a Sociedade Portuguesa de Psiquiatria e Saúde Mental (2020), a depressão é a terceira maior doença no mundo e a ansiedade é a perturbação mental mais comum. A maior referência a estes temas nos episódios de *podcasts* analisados pode explicar-se por um mais alargado número de indivíduos que é afetado pelas duas perturbações e, conseqüentemente, serem dois subtemas mais abordados e conhecidos socialmente do que outros tipos de patologias ou perturbações. A meditação surge como uma terapia alternativa que permite diminuir o impacto da ansiedade, do *stress* e de outros fatores mais que prejudicam a saúde mental (Chowdhury, 2021), sendo, cada vez mais, incutida no dia a dia de cada um.

Verificou-se que, embora os *podcasts* de saúde mental tratem de assuntos de saúde mental, grande parte não fala apenas de saúde mental ou sempre de forma direta da

temática. Por exemplo, o SenseCast relaciona a saúde mental com a astrologia, baseando o seu conteúdo nesta temática, podendo especular-se que a temática da saúde mental seja utilizada estrategicamente para chegar a mais pessoas deste tema nicho. Na maior parte das vezes, os *podcasters* começam por falar sobre saúde mental, mas aproveitam para abordar outros temas, provavelmente do seu interesse, com maior frequência, acabando por utilizar a categoria como uma orientação para quem procura *podcasts*. Contudo, há *podcasts* de saúde mental, por norma aqueles conduzidos por profissionais ligados à área, que se referem apenas à temática. Esta presença de profissionais de saúde relacionados com a saúde mental é outra característica a salientar nos vários *podcasts* da mesma categoria citados no presente estudo. Comprovando o que Fronek, Boddy, Chenoweth e Clark (2016) afirmaram, muitos produtores e convidados destes *podcasts* são *mental coaches*, neurocientistas, psicólogos, professores de meditação e *yoga* ou especialistas em áreas da mente que partilham o seu ponto de vista profissional e as suas experiências.

Através da análise de conteúdo é perceptível que são discutidas informações sobre as variadas questões que surgem sobre a saúde mental, as práticas e a ligação da saúde mental com outras áreas, como foi referido por diversos autores (Berry *et al.*, 2018; Dr. Robert Casares launches counseling podcast, 2018; McGrievy, Kalyanaraman & Campbell, 2013; Nwosu, Monnery, Reid & Chapman, 2017). Além de este tipo de *podcasts* representar testemunhos pessoais ou reflexões e guias com métodos de ajuda para quem ouve, é também um método educacional quando os assuntos são tratados por profissionais da área com conhecimento suficiente para garantir a veracidade do que é discutido. Como Casares Jr. (2020), defendemos que estes formatos permitem promover o bem público e um maior nível de conhecimento e dissolver o estigma ainda existente em relação a esta área científica, como Wills (2020) refutou no seu estudo.

McClung & Johnson (2010) e Kris Markman (2011) afirmaram que os motivos que levavam a querer ouvir e produzir um *podcast* eram de natureza tecnológica, interpessoal, pessoal, de conteúdo, de processo ou financeira. As três entrevistadas no presente estudo comprovaram isso mesmo. Uma vez que todas tinham experiências anteriores em rádio e eram ouvintes de outros *podcasts*, tal como Markman (2011) sugeriu, decidiram dar início aos seus *podcasts*.

Joana Gama apresentou como principais motivações o gosto pelos temas, também referido por Markman (2011) como um dos motivos para a criação de um *podcast*, assim como o desejo pessoal de autoexpressão e a necessidade de um desenvolvimento pessoal,

que se pode traduzir na necessidade de melhorar competências de que Markman (2011, pp. 555-557) falava no seu estudo. Além disso, faz referência ao gosto pelos temas da psicologia e da filosofia que são retratados nos diferentes episódios dos seis *podcasts* analisados, como a complexidade da mente, da emoção e da psicologia ou a positividade enquanto filosofia. Margarida e Tânia realçaram a saudade do microfone, provavelmente originária na experiência na rádio (Markman, 2011, pp. 555-557). Outros autores, como Cardoso, Paisana e Martinho (2020), destacaram a oportunidade de promoção e ampliação de serviços e conteúdo que o *podcast* permite a quem o produz. Tânia Brinca explicou-o no seu percurso, agora enquanto *podcaster* a solo, ao ter mudado o conceito do *podcast* iniciado com Margarida Martins. No novo formato pratica técnicas de comunicação, como a entrevista, que lhe permitem criar outro tipo de conteúdo, e promover o seu trabalho.

## **Conclusão**

A depressão, a ansiedade e a meditação são os temas mais debatidos nestes episódios, sendo que temas como a psicologia, as terapias ou outros temas sensíveis, como a violação e o assédio sexual, que criam traumas e afetam, de forma violenta, a saúde mental das vítimas, foram também referidos. Os episódios, muitas das vezes, criam uma linha cronológica de temas, iniciando-se em acontecimentos que afetam emocional e psicologicamente o indivíduo, seguindo para as patologias e perturbações como consequência dos acontecimentos e terminando na tentativa de alívio, de cura ou de terapia. Tal como os *podcasts* de saúde mental criados durante a pandemia de COVID-19, as diferentes perturbações de saúde mental e a meditação são os temas mais destacados. Além disso, foi possível reconhecer que muitos dos *podcasts* são de profissionais de saúde ou de terapias tradicionais e alternativas, relacionadas com a saúde mental e, por isso, podem ter um papel não só de ajuda, como também de formação. Foi possível compreender o uso estratégico da categoria para a promoção e divulgação de um novo *podcast*. Muitas vezes, os temas são extrapolados, na perspetiva do autor, quando, na sua opinião, certos temas se encontram interligados, como por exemplo, a astrologia à saúde mental. Além disso, aproveitam a categoria para abordar outros temas que não estão relacionados com a saúde mental, mas que são de seu interesse, fazendo assim o uso estratégico da categoria. No que diz respeito à avaliação das motivações para criar um

*podcast* de saúde mental, o testemunho de Joana Gama fez concluir que o gosto pelos temas da psicologia e da filosofia e a necessidade de se autoajudar ajudando os outros podem ser fortes fatores para o início de um *podcast* enquanto não profissional na área. Por outro lado, Margarida Martins e Tânia Brinca explicaram que a saúde mental se pode associar a *podcasts* de outros géneros, surgidos durante a pandemia, ao confessarem a forma como tudo o que envolve o *podcast* as afastou de uma fase emocional e psicologicamente mais difícil e como sentiam que podiam ajudar, neste sentido, quem as ouvia, através do entretenimento e do debate de vários assuntos. Também desta forma foi possível compreender que estratégias de promoção e divulgação são utilizadas para um novo *podcast*, sendo, nestes casos, a principal ferramenta a rede social Instagram.

---

## REFERÊNCIAS

- ABC News. (Produtor). (2016, 11 de maio). *Ten Percent Happier with Dan Harris* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/pt/podcast/ten-percent-happier-with-dan-harris/id1087147821>
- Albarran, A. B., Anderson, T., Bejar, L. G., Bussart, A. L., Daggett, E., Gibson, S. & Way, H. (2007). What happened to our audience? Radio and new technology uses and gratifications among adult users. *Journal of Radio Studies*, 14(2), 92–101. DOI:10.1080/10955040701583171
- Afonso, P. (2020). O impacto da pandemia COVID-19 na saúde mental. *Acta Médica Portuguesa*, 33(5), 356-357.
- Água-Doce, D. (Produtor). (2020, 12 de março). *AutoEstima podcast* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/pt/podcast/autoestima-podcast/id1503346366>
- Apple. (2020). *iTunes – Podcasts – Descubra podcasts*. <https://www.apple.com/pt/itunes/podcasts/discover/>
- Azad, I. (2020, 11 de abril). *How has Covid-19 affected the podcasting industry?* <https://www.stonybrook.edu/commcms/podcast/Articles/Covid-19%20and%20Podcasting.php>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trans.). Casa de Ideias.
- Berry, R. (2006). Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence*, 12(2), 143-62.
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14(1), 7-22.
- Balls-Berry, J., Sinicrope, P., Valdez Soto, M., Brockman, T., Bock, M., & Patten, C. (2018). Linking podcasts with social media to promote community health and medical research: Feasibility study. *JMIR Formative Research*, 2(2), e10025. <https://doi.org/10.2196/10025>

- Bonini, T. (2015). The “Second Age” of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns del CAC*, 41(18), 21-30.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4.<sup>a</sup> ed.). Oxford University Press.
- Brinca, T. (Produtor). (2020, 3 de junho). *Mais ou Menos Podcast* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/pt/podcast/mais-ou-menos-podcast/id1516818567>
- Calming and meditation podcast. (2021). *Calm it down* [Página da web]. <https://www.calmitdownpodcast.com/>
- Cardoso, G., Paisana, M. & Martinho, A. P. (2019). *Digital News Report 2019 – Portugal* (Relatório Anual). OberCom – Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2019/12/RDNR-PT-2019-SETEMBRO.pdf>
- Cardoso, G., Paisana, M. & Martinho, A. P. (2020). *Digital News Report 2020 – Portugal* (Relatório Anual). OberCom – Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/DNR\\_PT\\_2020\\_19Jun.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/06/DNR_PT_2020_19Jun.pdf)
- Casares Jr., D. R. (2020). Embracing the podcast era: Trends, opportunities, & implications for counselors. *Journal of Creativity in Mental Health*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15401383.2020.1816865?journalCode=wc mh20>
- Chowdhury, M. R. (2021, 17 de fevereiro). 5 health benefits of daily meditation according to science. <https://positivepsychology.com/benefits-of-meditation/>
- Chyczij, F., Ramos, C., Santos, A., Jesus, L. E & Alexandre, J. (2020). Prevalência da depressão, ansiedade e stress numa unidade de saúde familiar do norte de Portugal. *Revista de Enfermagem Referência*, V.
- Cordeiro, P. (2009). Generations and Online Media. The Study of Baby Boomers, Generation X and Generation Y Relation With Radio. In P. Lang (Ed.), *Media+Generations Conference Proceedings Book* (2011). Milan.
- Cordeiro, P. (2010). *A Rádio e as Indústrias Culturais*. Livros Horizonte.
- Cordeiro, P. (2012). A rádio como meio social: tendências de consumo e modelos de negócio. *Comunicação e Sociedade*, V(20), 115-129.
- Decreto do Presidente da República n.º 59-A de 20 de novembro da Presidência da República*. Diário da República: I série, 1.º suplemento, n.º 227 (2020). Acedido a 22 de novembro de 2020. <https://dre.pt/pesquisa/-/search/149106929/details/maximized>
- Decreto n.º 6 de 3 de abril da Presidência do Conselho de Ministros*. Diário da República: I série, n.º 64-A (2021). Acedido a 11 de abril de 2021. <https://dre.pt/home/-/dre/160801889/details/maximized>
- Dial, R. (Produtor). (2015, 24 de agosto). *The Mindset Mentor* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/us/podcast/the-mindset-mentor/id1033048640>
- Dial, R. (2021). *Podcast – Rob Dial* [Página da web]. <https://robdial.com/podcast/>
- Dr. Leaf. (2021). *Podcasts – Dr. Leaf* [Página da web]. <https://drleaf.com/pages/podcasts>
- Edison Research & Triton Digital. (2019). *The infinite dial 2019* (Relatório Anual). <https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/>
- Edison Research & Triton Digital. (2020). *The infinite dial 2020* (Relatório Anual) <https://www.edisonresearch.com/the-infinite-dial-2020/>
- Edison Research. (2021). *The Infinite Dial*. Edison Research. <https://www.edisonresearch.com/the-infinite-dial-2021-2/>

- Feldman, S. (2019, 17 de maio). Podcast in Europe | Where Europeans are plugging into podcats [Publicação de blogue]. <https://www.statista.com/chart/18051/podcast-penetration-rate-in-europe/>
- Fernandes, M. (Produtor). (2020, 8 de maio). *SenseCast* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/ca/podcast/sensecast-por-m%C3%A1rcia-fernandes/id1514005313>
- Fronek, P., Boddy, J., Chenoweth, L. & Clark, J. (2016). A report on the use of open access podcasting in the promotion of social work. *Australian Social Work*, 69(1), 105-114.
- Gallego, J. I. (2010). *Podcasting – Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. UOC Press (Universitat Oberta de Catalunya)
- Gama, J. (Produtor). (2020, 20 de abril). *Psiquoterapia* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/pt/podcast/psiquoterapia/id1509604103>
- Headspace Studios. (Produtor). (2020, 11 de maio). *Radio Headspace* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/radio-headspace/id1510981488>
- Lawson, C. (Produtor). (2020, 1 de setembro). *Calm it Down* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/us/podcast/calm-it-down/id1530042513>
- Leaf, C. (Produtor). (2018, 11 de junho). *CLEANING UP THE MENTAL MESS with Dr. Caroline Leaf* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/us/podcast/cleaning-up-the-mental-mess-with-dr-caroline-leaf/id1334767397>
- Lopes, F. & Caldeira, R. (Produtor). (2020, 17 de setembro). *Desafio 21 dias de Positividade* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/pt/podcast/desafio-21-dias-de-positividade/id1532314056>
- Lusa. (2020a, 17 de abril). Quase seis em cada dez pessoas no mundo estão confinados em casa. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/04/17/sociedade/noticia/quase-seis-10-pessoas-mundo-estao-confinadas-casa-1912755>
- Lusa. (2020b, 14 de maio). Covid-19: OMS alerta para risco de aumento de transtornos mentais. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/05/14/impar/noticia/covid19-oms-alerta-risco-aumento-transtornos-mentais-1916492>
- Lynch, S. (Produtor). (2018, 9 de outubro). *The Motivated Mind* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/us/podcast/the-motivated-mind/id1438472688>
- Maia, A. (2018, 22 de novembro). Quase um quinto da população portuguesa sofre de doenças mentais. *Público*. <https://www.publico.pt/2018/11/22/sociedade/noticia/quase-um-terco-populacao-portuguesa-sofre-problemas-mentais-1852004>
- Maia, B. R. & Dias, P. C. (2020). Ansiedade, depressão e estresse em estudantes universitários: o impacto da COVID-19. *Estudos de Psicologia*, 37, e200067.
- Markman, K. M. (2011). Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. *New Media & Society*, 14(4), 547-565.
- Markman, K. M. & Sawyer, C. E. (2014). Why pod? Further explorations of the motivations for independent podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21(1), 20-35.
- McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the motives of podcast users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17(1), 82-95.
- McGrievy, G. T., Kalyanaraman, S. & Campbell, M. K. (2013). Delivering health information via podcast or web: Media effects on psychosocial and physiological responses. *Health Communication*, 28(2), 101-109.

- McLeod, J., Ward, S. & Tancill, K. (1965). Alienation and uses of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 29(4), 583-594. <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/29/4/583/1895613?redirectedFrom=fulltext>
- McQuail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. (C. Jesus, Trad.). Fundação Calouste Gulbenkian.
- Menduni, E. (2007). Four steps in innovative radio broadcasting: From QuickTime to Podcasting. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*, 5(1), 9-18.
- Murray, S. (2009). Servicing 'self-scheduling consumers': Public broadcasters and audio podcasting. *Global Media and Communication*, 5(2), 197-219.
- Murtha, J. (2016). WNYC is leading public radio's transition to public podcasting. *Columbia Journalism Review*. [http://www.cjr.org/the\\_feature/wnyc\\_public\\_radio\\_podcast.php](http://www.cjr.org/the_feature/wnyc_public_radio_podcast.php)
- Nwosu, A. C., Monnery, D., Reid, V. L. & Chapman, L. (2017). Use of podcast technology to facilitate education, communication and dissemination in palliative care: the development of the AmiPal podcast. *BMJ Supportive & Palliative Care*, 7(2), 212-217.
- OECD. (2019, 7 de novembro). *Health at a glance 2019: OECD indicators* (Relatório Anual). OECD Publishing. <http://www.oecd.org/health/health-systems/health-at-a-glance-19991312.htm>
- Podtail. (2021). *Pare pra pensar - podcast* [Página da web]. <https://podtail.com/podcast/pare-pra-pensar/>
- Portugal. Conselho de Ministros. (2020, 20 de março). *Comunicado do Conselho de Ministros de 19 de março de 2020*. Lisboa. <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/governo/comunicado-de-conselho-de-ministros?i=334>
- Potter, D. L. (2006). iPod, you pod, we all pod: Eager to lure news consumers, media outlets are experimenting with news-on-demand podcasts. They're fun, fresh, and often unpolished. *American Journalism Review*, 28(1), 64.
- Psychology in Seattle. (2021). *Home* [Página da web]. <https://www.psychologyinseattle.com/>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2018). *Digital News Report*. University of Oxford. <http://www.digitalnewsreport.org>
- Salmons, J. (2012). Designing and conducting research with online interviews. In J. Salmons (Ed.), *Cases in online interview research* (pp. 1-30). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/cases-in-online-interview-research/book235442>
- Saucedo, L. (2020, 2 de abril). *How COVID-19 is changing the podcast landscape now - and what the data tells us about the future*. <https://medium.com/acast/how-covid-19-is-changing-the-podcast-landscape-now-and-what-the-data-tells-us-about-the-future-81210e504aff>
- SingleCare. (2020, 4 de agosto). *Mental health statistics 2020* [Publicação de blogue]. <https://www.singlecare.com/blog/news/mental-health-statistics/>
- SNS. (2020a, 15 de maio). *Covid-19 | Atenção dada à saúde mental* [Publicação de blogue]. <https://www.sns.gov.pt/noticias/2020/05/15/covid-19-atencao-dada-a-saude-mental/>
- SNS. (2020b, 28 de setembro). *SNS 24 | Mais de 7000 chamadas por dia* [Publicação de blogue]. <https://www.sns.gov.pt/noticias/2020/09/28/sns-24-balanco-da-atividade/>
- Sociedade Portuguesa de Psiquiatria e Saúde Mental. (2020, setembro). *Perturbação mental em números* [Publicação de blogue]. <https://www.sppsm.org/informemente/guia-essencial-para-jornalistas/perturbacao-mental-em-numeros/>

- Spangler, T. (2019, 8 de agosto). Google indexing content of 2 million podcasts, lets users stream directly from search pages. *Variety*. <https://variety.com/2019/digital/news/google-stream-podcasts-search-pages-1203297026/>
- Dan Harris, Ten Percent Happier. (2021). *Podcast with Dan Harris – Ten percent happier* [Página da web]. <https://www.tenpercent.com/podcast>
- The Daily Meditation Podcasts. (2021). *Home page* [Página da web]. <https://thedailymeditationpodcast.libsyn.com/>
- The Pineapple Girl. (Produtor). (2020, 10 de setembro). *A mente também dói* [Podcast áudio]. <https://podcasts.apple.com/us/podcast/a-mente-também-dói/id1531750971?uo=4>
- Voxnest. (2020). *The state of the podcast universe* (Mid-Year Preview Report). Brooklyn. <https://blog.voxnest.com/2020-mid-year-podcast-industry-report/>
- Dr. Robert Casares launches counseling podcast. (2018, 2 de outubro). *Wake Forest University*. <https://counseling.graduate.wfu.edu/2018/10/dr-robert-casares-launches-counseling-podcast/>
- Watson, A. (2020a, março). In-home media consumption due to the coronavirus outbreak among internet users worldwide as of March 2020, by country. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/1106498/home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-country/>
- Watson, A. (2020b, 18 de junho). *Coronavirus and podcast listening in the U.S. 2020, by generation* [Publicação de blogue]. <https://www.statista.com/statistics/1107961/podcast-listeners-coronavirus-us/>
- Wills, C. D. (2020). Using mental health podcasts for public education. *Academy Psychiatry*, 44(5), 621-623.