

# **CRIAÇÃO DE PODCAST NA ÁREA DA CIÊNCIA DA NUTRIÇÃO COMO FORMA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA**

*CREATION OF A PODCAST IN THE AREA OF  
NUTRITION SCIENCE AS A FORM OF SCIENTIFIC  
DISSEMINATION*

AUTOR:

**Paolla Gomes**

Graduanda em Nutrição pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro; bolsista de Extensão; Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: [paollagomes16@gmail.com](mailto:paollagomes16@gmail.com)

**Camila Bastos**

Graduanda em Nutrição pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro; bolsista de Iniciação Científica; Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: bastoscamilaf@gmail.com

**Sthefany Ramos**

Graduanda em Nutrição pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro; bolsista de Iniciação Científica; Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: sthedejramos@gmail.com

**Manuela Raymundo**

Graduanda em Nutrição pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro; bolsista de Iniciação Científica; Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: manu.2012@edu.unirio.br

**Bianca Soncini**

Graduanda em Nutrição pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro; bolsista de Extensão; Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: bianca.soncini@edu.unirio.br

**Luana Aquino**

Doutora em Saúde Coletiva e Epidemiologia pelo Instituto de Medicina Social da Universidade Estadual do Rio de Janeiro; Professora Adjunta na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro; Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: aaquino.luana@gmail.com

**Anderson Teodoro**

Doutor em Ciências dos Alimentos pela Universidade Federal

do Rio de Janeiro; Professor Associado na Universidade Federal Fluminense; Niterói RJ, Brasil.

E-mail: [attedoro@gmail.com](mailto:attedoro@gmail.com)

## RESUMO

A divulgação científica é um método que idealiza democratizar o acesso às pesquisas e descobertas da ciência, assim como incluir a sociedade na discussão sobre temas científicos, sendo que como ocorre essa divulgação impacta em quanto ela é disseminada. Para alcançar cada vez mais a população, a utilização de mídias sociais para este fim é uma das possibilidades, como o uso de podcasts. Esse termo se refere a conteúdos em áudio disponibilizados pela internet, podendo ser baixados e ouvidos em qualquer lugar e a qualquer hora, e a linguagem empregada nos episódios são, em sua grande maioria, de fácil entendimento. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é relatar a experiência no desenvolvimento de um podcast na área da Ciência da Nutrição como forma de divulgação científica para a população em geral, destacando as suas etapas de criação. Pode-se ao final do processo observar que o podcast em pauta, além de cumprir o objetivo imediato de levar informações sobre ciência e tecnologia em nutrição para a sociedade, ainda ajuda a formação de uma nova geração de comunicadores em ciência através dos alunos que participam do projeto.

**Palavras-chave:** *Podcast. Ciência da Nutrição. Divulgação Científica. Educação em Saúde.*

## ABSTRACT

Scientific dissemination is a method that aims to democratize access to scientific research and discoveries, as well as include society in the discussion of scientific topics, and how this dissemination occurs impacts how much it is disseminated. To reach more and more people, the use of social media for this purpose is one of the possibilities, such as the use of podcasts.

This term refers to audio content made available on the internet, which can be downloaded and listened to anywhere and anytime, and the language used in the episodes is, for the most part, easy to understand. Therefore, the objective of this work is to report the experience in the development of a podcast in the field of Nutrition Science as a way of disseminating science to the general population, highlighting its creation stages. At the end of the process, it can be observed that the podcast in question, in addition to fulfilling the immediate objective of bringing information about science and technology in nutrition to society, also helps to form a new generation of communicators in science through the students who participate in the project.

**Keywords:** *Podcast. Nutrition Sciences. Scientific Dissemination. Health education.*

# 1 INTRODUÇÃO

A divulgação científica é um método que idealiza democratizar o acesso às pesquisas e descobertas da ciência, assim como incluir a sociedade na discussão sobre temas científicos (VICENTE; CORRÊA; SENA, 2015). Com isso, a divulgação científica consegue introduzir oportunidades para alfabetizar cientificamente a população em massa, tendo papel fundamental em inserir o público leigo no debate sobre temas específicos da ciência, que podem contribuir na sua qualidade da sua vida e trabalho (BUENO, 2010). Independentemente do quantitativo de pessoas atingidas, a produção da ciência e sua disseminação são importantes para permitir a participação do cidadão nesse meio (BUENO, 2010), sendo necessário que ela saia de ambientes delimitados, como espaços acadêmicos, e consiga alcançar cada vez mais a população. Neste contexto, é papel da universidade e dos cientistas proporcionar o acesso democratizado e adequado ao conhecimento, facilitando a linguagem complexa à população geral, favorecendo um conhecimento científico a todos (GASPAR; SOPELETE, 2013).

Conforme os Descritores em Ciências da Saúde (DeCS), a Ciência da Nutrição é definida como “estudo dos processos nutricionais, bem como os componentes do alimento, suas ações, interação e equilíbrio na relação saúde e doença”. Ainda, podemos ir mais a fundo abordando o conceito de Nutrição no campo científico: “dieta como meio para garantir correspondência entre a ingestão do alimento, compreendido em sua composição de nutrientes, e suas funções no interior das células do corpo humano, em estado normal ou patológico” (PRADO, et al., 2011). Deste modo, a nutrição e a ciência da nutrição são consideradas uma ciência que deve ser difundida pela divulgação científica, uma vez que a estes conceitos estão atribuídas informações relevantes à sociedade. As redes sociais

na *internet* possuem esse poder de divulgação, com potencial para colaborar, mobilizar e transformar a sociedade (SILVA; DIAS; PINTO, 2009), sendo uma das ferramentas, como exemplo de seu desenvolvimento, a expansão dos *podcasts*.

O *podcast* é definido pela união das palavras iPod (dispositivo móvel de reprodução de áudio/vídeo da *Apple*) e *broadcast* (método de transmissão de dados), logo o termo utilizado se refere às possibilidades de transmissão e distribuição de diferentes arquivos de áudio pela rede digital (BUENO, 2010). O *podcast* utilizado para a divulgação científica pode ser disseminado a partir das mídias sociais, trazendo benefícios a quem escuta, uma vez que a linguagem empregada nos episódios é, em sua grande maioria, acessível e de fácil entendimento, assim como o acesso aos arquivos (BACK *et al.*, 2016). O uso de *podcast* também pode ser útil no combate a veiculação de notícias falsas, que vem sendo cada vez mais veiculadas principalmente após o avanço da pandemia causada pelo vírus SARS-Cov 2, aumentando o interesse pela área da Nutrição e da Ciência (NETO *et al.*, 2020).

Essa preocupação também foi notada na área da Nutrição, onde notícias sobre superalimentos, sucos e até fórmulas para prevenir e tratar pessoas contaminadas pelo coronavírus são encontradas nas redes sociais. Na rede social *Instagram*, o assunto mais publicado com relação à área da Nutrição foi sobre “Alimentação saudável”. Porém, este conteúdo foi abordado não só por perfis de nutricionistas, como por outros que não tinham ligação com a área da saúde, mostrando uma preocupação de como e por quem as informações sobre essa área são disseminadas (BALDONI *et al.*, 2020). Isto fez com que elas desenvolvessem comportamentos e pensamentos contrários aos recomendados se tornou uma preocupação para a área da Ciência (NETO *et al.*, 2020). Por conta da necessidade de isolamento social, percebeu-se um crescente aumento de

ouvintes de *podcast* no Brasil, assim como um acréscimo na criação de conteúdos em *podcasts* (PAZ, 2021).

Sabendo que a divulgação científica é um instrumento importante, este estudo teve como objetivo geral apresentar os aspectos para a criação de um *podcast* levando em conta relatar a experiência acerca da construção do *podcast* Ciência da Nutrição, destacando a utilização de *podcasts* como ferramenta facilitadora para disseminação de informações acerca de temas científicos e tópicos relevantes. Este artigo teve como objetivo também incentivar a disponibilização de conhecimento de forma simplificada para a sociedade, para que o acesso ao conhecimento seja democrático, com uma linguagem acessível e de fácil acesso. Sendo assim, torna-se necessário a divulgação de informações de qualidade, comprovadas cientificamente para combater as notícias falsas e informações repassadas por pessoas não formadas na área da saúde, trazendo maior conhecimento fundamentado à população.

Portanto, o relato do desenvolvimento de um *podcast* nas áreas da Ciência e da Nutrição pode servir de modelo para que outros pesquisadores possam extrapolar o ambiente acadêmico, utilizando essa rede social com o fim de compartilhar e trocar informações sobre seus achados científicos. Além disso, se torna necessário documentar o passo a passo de criação e registrar os resultados e as dificuldades encontradas no processo de criação de um *podcast*.

O estudo atual é um relato de experiência, caracterizado como estudo de caso qualitativo, onde é estudado e elucidado as etapas de criação de um *podcast* como forma de educação para a população com temática na área da Ciência da Nutrição. O estudo de caso, de acordo com André (2005), pode ser definido como “um estudo em profundidade de um fenômeno educacional, com ênfase na sua singularidade e levando em

conta os princípios e métodos da etnografia”. Logo, o trabalho em questão se aprofunda em um método educacional diferente dos tradicionais, mostrando seus processos de formação e os resultados obtidos.

O presente trabalho está dividido em quatro tópicos: (1) introdução, onde é feito um breve resumo sobre o tema principal, expondo problemas, hipóteses e mostrando a importância de realizar a criação do *podcast* e sua divulgação; (2) metodologia, que descreve a realização e execução do projeto, explicando cada passo da sua criação; (3) desenvolvimento e processo criativo, que mostra e explica os resultados obtidos ao decorrer do processo, além de dados de divulgação nas redes sociais; e (4) as considerações finais, onde é remetido o assunto inicial e verificando se os objetivos traçados foram alcançados.

## 2 METODOLOGIA

O estudo atual é um estudo de caso qualitativo, onde é estudado e elucidado as etapas de criação de um *podcast* voltado para a educação da população com temática na área da Ciência da Nutrição. A motivação para a criação do *podcast* Ciência da Nutrição surgiu como uma forma de continuar o projeto de Extensão “Desenvolvimento de ações de apoio à comercialização dos produtos no âmbito da agricultura familiar brasileira”.<sup>1</sup> Inicialmente o projeto realizava análises físico-químicas de amostras de leites, provenientes de agricultura familiar, de modo a ter um controle de qualidade. Além das informações

---

<sup>1</sup> O projeto de Extensão “Desenvolvimento de ações de apoio à comercialização dos produtos no âmbito da agricultura familiar brasileira” foi desenvolvido na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) no ano de 2019, analisando amostras de leite provenientes da agricultura familiar e apresentando laudos das análises físico químicas realizadas junto a ações para melhorar a qualidade do alimento. Em 2020, junto à pandemia, o projeto foi adaptado e realizado de maneira remota, desenvolvendo folders e materiais educativos sobre temas relacionados à qualidade de alimentos.

analíticas, surgiu a necessidade de maior conscientização da sociedade sobre os aspectos identificados no laboratório de análise de alimentos.

Pelo momento de pandemia do novo coronavírus, o projeto precisou ser adaptado à execução de maneira remota, porém ainda com o intuito de ter ações de apoio à população, de forma geral. Assim, após a identificação das principais mídias e redes sociais com crescimento durante a pandemia, foi identificado a ausência de *podcast* relacionado a temática voltado para a sociedade em geral, sendo um canal de comunicação que grande parte da população poderia ouvir, independentemente do local e necessidade de acesso.

A ideia de ser um *podcast* e não outra mídia social surgiu entre diferentes motivações e critérios de possibilidade de execução. O primeiro deles era que a gravação, edição e lançamento dos episódios poderiam ser realizados virtualmente, tendo ainda a possibilidade de conciliar mais de um apresentador e um convidado de qualquer lugar. Sendo assim, o projeto de criação do *podcast* foi idealizado contando com dois apresentadores fixos e um convidado a cada episódio semanal, com uma temática diferente. A segunda motivação foi a necessidade de criar formas de comunicação com o uso de uma linguagem simplificada, de fácil acesso e que trouxesse conhecimento a população com temas diversos de uma forma descontraída. A terceira motivação foi que o uso do *podcast* como forma de divulgação de conhecimento se encaixaria como ação de apoio a população, ou seja, a comunidade acadêmica auxiliando a sociedade.

Após definição sobre a forma e uso da linguagem, o *podcast* seguiu quatro etapas de criação que convergem com as recomendações de planejamento, desenho e execução de *podcasts* na área de educação em saúde (BERK; WATTO;

WILLIAMS, 2020): I. Definição da estrutura de coordenação do episódio; II. Ambientação e qualificação de estudantes para edição; III. Construção de roteiros e organização dos episódios e IV. Criação e estratégias de divulgação dos episódios.

Sendo assim, ficou definida a estrutura com dois apresentadores fixos, sendo um deles o coordenador do projeto inicial e o outro uma nutricionista e docente. Considerando ainda a grande variabilidade de tema da área da Nutrição, os temas dos episódios com convidados diferentes foram definidos a cada semana, pensando sempre em atingir as principais dúvidas em alimentação e nutrição da sociedade.

Na segunda etapa, antes da criação desse *podcast*, foi necessário a ambientação e qualificação dos estudantes sobre o uso de plataformas, com cursos gratuitos que abordavam temáticas de como criar um *podcast*, como gravar, editar e hospedar a gravação. Depois disso, foi realizado investimento em equipamentos que os apresentadores usariam nas gravações, a fim de ter o áudio com menos ruídos e o mais claro possível.

Na última etapa, nas reuniões que antecederam o lançamento do *podcast*, a equipe pensou em estratégias de divulgação científica. Uma dessas estratégias foi usar outras redes sociais, como *Instagram* e listas de transmissão no *WhatsApp* e *Telegram*, além de disponibilizar os episódios nas plataformas de *streaming* mais famosas, como o *Spotify*, *Deezer*, *Google Podcast*, *YouTube* e *IGTV* (sendo esta ferramenta do *Instagram* para vídeos de mais de 60 segundos). Essas duas últimas estratégias foram realizadas a fim de disponibilizar informação de qualidade para todos, gratuitamente, uma vez que as plataformas de *streaming* são pagas mensalmente, enquanto o *YouTube* e *Instagram* são acessíveis para a população com acesso à *internet*.

Seguindo esta linha de pensamento às estratégias de divulgação,

foi criado um site com mais informações sobre o *podcast*. Dados referentes ao episódio, convidado da semana, dicas e materiais complementares, que o próprio convidado e equipe sugerem acerca do tema, além das redes sociais e plataformas de streaming do *podcast* Ciência da Nutrição. Como forma, ainda, de dinamizar os episódios, foi criada uma vinheta para tocar no início e fim de cada episódio, ou seja, uma música que traria a identidade e remeteria o *podcast* Ciência da Nutrição toda vez que alguém ouvisse.

As gravações foram marcadas duas vezes na semana, a fim de padronizar e se adequar aos horários dos apresentadores e das alunas. Como o objetivo também era realizar episódios não muito longos, a gravação era mais delimitada em até 40 minutos, uma vez que com a edição e cortes os episódios teriam duração de 30 minutos. A plataforma usada para criar e distribuir os episódios foi o *Anchor*, que é gratuito e de fácil manuseio, onde é possível distribuir diretamente os episódios para alguns *streamings* como *Spotify*, *Google Podcast*, mas também usar o link RSS e distribuir em outras plataformas como a do *Deezer*.

### 3 DESENVOLVIMENTO E PROCESSO CRIATIVO

O lançamento do *podcast* Ciência da Nutrição ocorreu no dia 3 de março de 2021, às 18 horas nas plataformas de streaming *Deezer*, *Spotify*, *Google Podcast*, *Radio Public* e *Breaker* e também em plataformas gratuitas como o *YouTube* e o IGTV do *Instagram*. Esse primeiro episódio, que teve como título “*Tá no ar! Sejam todos bem vindos pela Ciência da Nutrição*”, foi exclusivamente com os dois apresentadores, contando sobre a história deles, a escolha da profissão de nutricionista e como surgiu a ideia de criação do *podcast*.

A divulgação do episódio de lançamento aconteceu pelas redes sociais (*Instagram* e listas de transmissão de *WhatsApp* e *Telegram*) e começou antes de o episódio ser lançado, na segunda-feira, dia 1 de março de 2021. Essa ação resultou em visualizações com números expressivos para um primeiro lançamento, tendo ao total de 1169 visualizações até hoje, o que foi considerado pela equipe, um incentivo a mais para continuar a divulgar a ciência.

**Tabela 1** - Episódios lançados no podcast *Ciência da Nutrição*

NOME DO EPISÓDIO	NÚMERO TOTAL DE VISUALIZAÇÕES
#3 - "Cadê a proteína? Tirou o bife, bota o que no lugar?"	1.272 visualizações
#1 - "Tá no ar! Sejam todos bem vindos pela Ciência da Nutrição"	896 visualizações
#2 - "Com a palavra, a presidente"	758 visualizações
#11 - "Emagrecimento é apenas uma questão de calorias?"	667 visualizações
#74 - "Doenças Inflamatórias Intestinais e a Nutrição"	633 visualizações
#55 - "A Ciência da Nutrição em torno do café"	557 visualizações
#46 - "Suplementação para praticantes de exercícios físicos"	499 visualizações
#33 - "A Relação entre o Ciclo Menstrual e a Alimentação da Mulher"	555 visualizações
#51 - "Gasto Energético: medição e Importância para a Nutrição"	474 visualizações
#21 - "Você sabe qual o impacto do chá na sua alimentação?"	469 visualizações

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2023)

Para os episódios seguintes foram pensados em sempre ter um ou dois convidados para falar sobre um tema diferente que abrangesse a Ciência da Nutrição, totalizando 81 episódios até outubro de 2022, na tabela 1 estão destacados os 10 episódios com o maior número de visualizações, junto ao número de visualizações dos respectivos episódios. Todos os convidados que falaram sobre os temas discutidos no programa foram pessoas escolhidas conforme a sua formação acadêmica. Este detalhe foi fundamental, uma vez que eram pessoas qualificadas para falar sobre os assuntos em questão e que tivessem embasamento teórico e científico para divulgar informações de

## 3.1 MÍDIAS SOCIAIS

O uso das mídias sociais para realizar a divulgação de forma mais ampla foi essencial, como é possível observar no topo do site do *podcast* Ciência da Nutrição (Figura 1A) que até o momento obteve 1190 visualizações. A figura 1B destaca a plataforma Anchor onde são hospedados e distribuídos os episódios para as plataformas de *streamings*. Nesse site é possível extrair alguns dados como: o número de reproduções de todos os episódios, que foi de 24.174 reproduções; a audiência estimada, os quais são o número de reproduções que cada um dos episódios obtém em 30 dias após a publicação; e a quantidade de ouvintes únicos que baixaram ou reproduziram o *podcast* na última semana.

**Figura 1** - Site do *podcast* Ciência da Nutrição (A) e plataforma Anchor de criação e distribuição do *podcast* (B)



VISÃO GERAL PÚBLICO CLASSIFICAÇÕES DO EPISÓDIO

Reproduções	Streamings por episódio	Tamanho do público	Saldo atual
24.174 <small>Resumo geral</small>	96 <small>Última semana</small>	329 <small>Últimos 7 dias</small>	US\$ 0 <sup>00</sup> <small>Saldo atual</small>

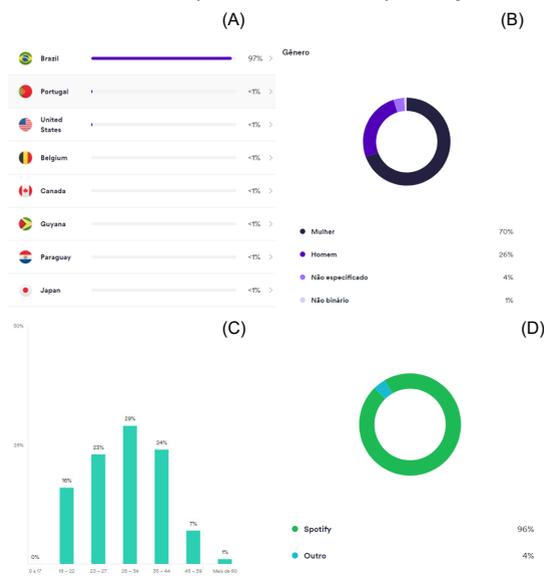
Fonte: Desenvolvido pelos autores (2023)

Na Figura 2 é possível visualizar outros dados extraídos do site Anchor que são o perfil do público que escutam o *podcast*

Ciência da Nutrição, como (A) a localização geográfica, sendo predominante do Brasil; (B) o gênero dos ouvintes, com sua grande maioria sendo mulheres (70%); (C) idade dos ouvintes, com variação ampla de 18 – 60 anos, com a maior porcentagem de 23 a 34 anos; (D) plataforma de streaming, onde o *spotify* foi a principal (96%), quando comparado às outras plataformas que o Anchor realiza a distribuição (*Deezer* e *Google Podcast*).

Esses dados se mostram relevantes, pois é a partir deles que conhecemos o público que está sendo atingido, podendo assim adotar novas estratégias para fidelizar e ampliar o quantitativo de ouvintes. Esse esquema visa interpelar com objetivo principal do *podcast*, uma vez que o público alvo seria a população de uma forma geral, a quem se interessa pela ciência e educação em saúde.

**Figura 2** - Localização geográfica (A), gênero dos ouvintes (B), idade dos ouvintes (C), plataforma de reprodução (D).



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2023)

Na Figura 3 e 4, observam-se os canais utilizados para a divulgação do *podcast* Ciência da Nutrição. Primeiro, na figura 3 referente ao *Instagram*, são realizadas 3 postagens semanais, com o conteúdo relacionado ao tema do episódio que será lançado e estratégias de valorização de bastidores, trechos de falas de impacto e imagens que remetem a ciência da nutrição na visão dos convidados. É possível visualizar que a rede social possui 3.429 seguidores e estes interagem com a página comentando e curtindo, e também nesse aplicativo são postados os episódios pelo modo IGTV, oferecendo mais uma opção de acesso ao conteúdo gratuitamente.

**Figura 3** - Canais de divulgação do *podcast* Ciência da Nutrição pelo *Instagram*

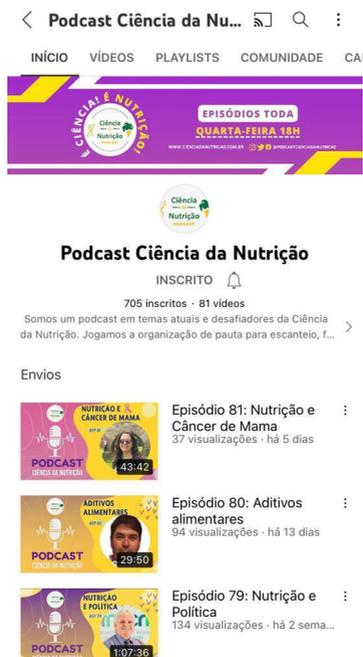


Fonte: Desenvolvido pelos autores (2023)

Na sequência, a figura 4 destaca o *YouTube*, onde também são disponibilizados os episódios, apresentando até o momento 705 inscritos e cerca de 3275 visualizações ao total somados.

Recentemente o *podcast* começou a ser transmitido por meio de vídeo pela plataforma do *YouTube*, onde a gravação do episódio é editada e postada às quartas-feiras no canal, simultaneamente a divulgação do formato de áudio nas demais plataformas de transmissão. A adição desse novo foi feita intencionalmente, a fim de gerar uma comunicação humanizada do *podcast* com intuito de aproximar o público dos apresentadores e do entrevistado, gerando maiores visualizações e adesão dos espectadores. A humanização da comunicação permite a criação de vínculos e uma relação mais próxima entre o gerador de conteúdo e o consumidor em ambientes online, tendo como consequência valorização da marca (CARVALHO *et al.*, 2020).

**Figura 4** - Canais de divulgação do *podcast* Ciência da Nutrição pelo Youtube



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2023)

Com base nos dados coletados, representados nas figuras 1, 2, 3 e 4, é possível observar que a divulgação científica realizada a partir do uso de redes sociais do *podcast* pode atingir uma parcela significativa da população. Essa parte da população, ainda que mais restrita para aqueles que possuem acesso à *internet*, é representada por 82,7% dos domicílios brasileiros, segundo dados Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2019, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No entanto, mais dados de controle de acessos e acompanhamento são necessários para medição do impacto do *podcast* nas diferentes plataformas.

Essa categoria de divulgação é importante já que permite os avanços e evidências científicas extrapolar seu espaço convencional de maior concentração intramuros universitários e de periódicos científicos, para um espaço muito mais amplo e acessível para a sociedade, através da linguagem mais simplificada ao invés de técnica, sendo que todos esses fatores auxiliam na promoção ao conhecimento amplificado.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pôde-se perceber, pelo relato neste presente artigo, que a criação do *podcast* com a finalidade de divulgação científica é uma opção viável e relevante. Isso se dá uma vez que desde sua criação, em março de 2021 até o momento, centenas de pessoas foram impactadas com os episódios lançados, em um momento de demanda de conhecimento acessível em nutrição amplificado pela pandemia de COVID-19.

Espera-se assim a continuação da disseminação de informação baseada em evidências e simplificada pelos episódios do *podcast*, através da avaliação de diferentes estratégias para atingir cada vez mais a população. Esta difusão da informação é reforçada

também quando o modo de divulgar se renova, investindo em recursos audiovisuais opcionais aos ouvintes, como utilizar os vídeos das gravações na íntegra para divulgação dos episódios no YouTube e no *reels*, funcionalidade recente no *Instagram* onde é possível realizar a edição de conteúdos e utilizar diversos efeitos para maior impacto.

## REFERÊNCIAS

ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonde de. **Estudo de caso em pesquisa e avaliação educacional**. Brasília: Liberlivros, 2005. p. 7-70.

BACK, David Alexander; MALOTKY, Jennifer von; SOSTMANN, Kai; HUBE, Robert; PETERS, Harm; HOFF, Eike. Superior gain in knowledge by podcasts versus text-based learning in teaching orthopedics: a randomized controlled trial. **Journal of Surgical Education**. n. 74, p. 154-160, 2016.

BALDONI, Nayara Ragi; ANJOS, I. F.; CAMILO, S. E. Nutrição e Covid-19: Análise de publicações na rede social Instagram. **Brazilian Journal of Health and Pharmacy**, v. 2, n. 3, p. 68-74, 2020. DOI: <https://doi.org/10.29327/226760.2.3-7>. Acesso em: 04 de outubro de 2021.

BERK, Justin; WATTO, Matthew; WILLIAMS, Paul. Twelve tips for creating a medical education podcast. *Medical Teacher*. 2020. DOI: 10.1080/0142159X.2020.1779205

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: Aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. esp, p. 1-12, 2010. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/article/download/14078>. Acesso em: 18 de maio de 2021.

CARVALHO, Luciana Menezes; ARAUJO, Gabriel Masarro de; WELZEL, Vitor Mateus; SILVA, Luísa Haas da. Comunicação humanizada nas mídias sociais digitais das organizações jornalísticas: estratégias de combate à desinformação. **Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura**. Disponível em: [php/virtualabciber/virtual2020/paper/view/1007/469](http://php.virtualabciber/virtual2020/paper/view/1007/469). Acessado em: 27 de outubro de 2022

DeCS. **DeCs: Descritores em Ciência da Saúde**. São Paulo: Bireme, fev. 2010. Disponível em: <https://decs.bvsalud.org/>. Acesso em: 21 de maio de 2021

GASPAR, Juliana Aporta; SOPELETE, Mônica Camargo. Divulgação científica em saúde e inclusão: campo de atuação docente e discente. **Revista Encontro de Pesquisa em Educação**, Uberaba, v. 1, n. 1, p. 76-87, 2013. Disponível em: <http://revistas.uniube.br/index.php/anais/article/view/700> Acesso em: 18 de maio de 2021.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Rio de Janeiro: Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua (PNAD): características gerais dos domicílios e dos moradores 2019. ISBN 978-85-240-4530-1. versão online. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf) Acesso em: 11 de fevereiro de 2023

NETO, Mercedes; GOMES, Tatiana de Oliveira; PORTO, Fernando Rocha; RAFAEL, Ricardo de Mattos Russo; FONSECA, Mary Hellem Silva; NASCIMENTO, Julia. Fake news no cenário da pandemia de Covid-19. **Cogitare Enferm.**, Paraná, v. 25, 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/ce.v25i0.72627>. Acesso em: 21 maio de 2021.

PAZ, Eduarda. A importância do podcast para produzir e divulgar conteúdos. **Revista Arco - Jornalismo Científico e Cultural**, Santa Maria, 18 fev. 2021. Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/arco/podcast/>. Acesso em: 19 maio 2021.

PRADO, Shirley Donizete; BOSI, Maria Lucia Magalhães; CARVALHO, Maria Claudia Veiga Soares de; GUGELMIN, Silvia Ângela; MATTOS, Ruben Araújo de; JUNIOR, Kenneth Rochel Camargo; KLOTZ, Juliana; DELMASCHIO, Karen Levy; MARTINS, Myriram de Lima Ramagem. Alimentação e nutrição como campo científico autônomo no Brasil: conceitos, domínios e projetos políticos. **Revista de Nutrição**, v. 24, p. 927-938, 2011.

SILVA, Natalia Cristina Ramos Araujo e Silva; DIAS, Pablo Ricardo Monteiro; PINTO, Pâmela Araújo. Revista inovação e as estratégias de difusão científica do maranhão. In: **V Encult - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador, 2009. Disponível em: <http://>

[www.cult.ufba.br/enecult2009/19525.pdf](http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19525.pdf). Acesso em: 20 de maio de 2021.

VICENTE, Natalí Ilza.; CORRÊA, Elisa Cristina Delfini. A divulgação científica em redes sociais na *internet*: proposta de metodologia de análise netnográfica. In: **XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XVI ENANCIB)**. João Pessoa, 2015. Disponível em: <http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/handle/123456789/2950> Acesso em: 18 de maio de 2021

## CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

A P.G. foi responsável pela redação do artigo e coleta dos dados utilizados. Sua participação no projeto consistia, junto com B.C., em distribuir os episódios pela plataforma *Anchor*, entrar em contato com os convidados que iriam participar dos episódios e fazer os roteiros para cada episódio. A C.B. foi responsável pela edição dos áudios dos episódios, formatação e atualização semanal do site e publicação dos episódios no YouTube e IGTV, a S.R. e M.R. responsáveis pela criação das redes sociais, divulgação das artes e episódios nas redes sociais, e a revisão da literatura foi feito pela C.B., S.R., M. R. e B. C. A L.A. e A.T. foram responsáveis pela criação do podcast, mediar os episódios e entrar em contato com os convidados a serem entrevistados. O A.T. e L.A. foram os revisores críticos do conteúdo do presente trabalho.

Recebido em: 01/11/22 Aceito em: 02/03/23

