



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



MODELO LARANJA – PROJETO DE PESQUISA

Influenciador ou autoridade?: a percepção pública e o papel dos criadores na divulgação científica

Viviane Aiko Toyoda Gomes¹
Adriana Cristina Omena dos Santos²

Viver no século XXI significa habitar um cenário em que a informação está disponível em múltiplos meios e em fluxo constante. A velocidade com que os dados circulam transformou o modo de pensar contemporâneo e reconfigurou as estruturas tradicionais de comunicação. O campo científico não ficou imune a essa revolução: tanto a prática da pesquisa quanto a difusão do conhecimento passaram a contar com ferramentas comunicacionais cada vez mais amplas, abrangentes e interativas. Nesse ecossistema digital, emerge com força a figura do influenciador digital, compreendido por Xavier (2021) como o indivíduo capaz de mobilizar uma audiência altamente envolvida em um nicho específico. Ainda de acordo com a autora, essa relação de influência se constrói, sobretudo, a partir de percepções de proximidade, humanização e vulnerabilidade, fatores que geram confiança e conferem forte credibilidade às recomendações desses criadores de conteúdo. Entretanto, esse mesmo ambiente virtual é atravessado por um avanço crescente do negacionismo e por ataques sistemáticos à ciência.

Conforme alerta Bacchi (2024), a pseudociência compromete o conhecimento acadêmico justamente por se fantasiar de ciência, induzindo o público a aceitar premissas falsas como se fossem saberes validados. Esse fenômeno explicita a gravidade da desordem informacional contemporânea (Wardle, 2020) e revela as lacunas existentes no processo de alfabetização científica da sociedade (Bueno, 2010). A relevância desta pesquisa decorre, portanto, da rápida expansão dessas narrativas enganosas nas redes digitais. Ao aliar o apelo sensacionalista e facilidade de acesso, os conteúdos pseudocientíficos frequentemente alcançam maior visibilidade do que as informações verídicas e rigorosas (Pilati, 2022). Esse panorama reforça a necessidade urgente de que pesquisadores e especialistas ocupem o espaço digital, ampliando a oferta de conhecimento qualificado e combatendo a desinformação no próprio terreno em que se dissemina. Nesse cenário, surge a figura do influenciador científico (Costa, 2024; Bortolotto *et al*, 2026) como uma nova maneira de se divulgar ciência.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia (PPGCE/UFU). E-mail: vivianeaiiko@gmail.com.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), com pós-doutorado na University of Ottawa. Bolsista produtividade CNPq. Professora do Curso de Jornalismo, do Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação (PPGCE) e do Programa de Pós-graduação em Educação (PPGED), todos na UFU. E-mail: adriomena@gmail.com.



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



Diante desse contexto, o presente trabalho tem por objetivo investigar a recepção do público aos conteúdos científicos veiculados na plataforma *Instagram*. Busca-se analisar as interações entre usuários e influenciadores científicos para verificar se a divulgação realizada nesse formato se mostra adequada, eficiente e bem aceita do ponto de vista social. A metodologia fundamenta-se na análise de conteúdo (Bardin, 2016), aplicada aos comentários de postagens sobre temas científicos. Esse aporte metodológico possibilita identificar tendências, destacar elementos recorrentes e comparar diferentes percepções do público. Para compor o corpus da pesquisa, foram selecionados dois perfis de expressivo destaque na divulgação científica brasileira: Mari Krüger e Nunca Vi 1 Cientista. O recorte empírico abrangeu publicações veiculadas entre abril e novembro de 2025, priorizando postagens de temáticas semelhantes e com expressivo volume de engajamento, definidas com base em critérios de interação digital. A partir desse levantamento, identificou-se que a temática com maior engajamento foi o uso da creatina, selecionando-se um vídeo de cada perfil para a coleta e análise manual dos seus 100 primeiros comentários. Em seguida, os dados foram categorizados em cinco unidades analíticas: 1) elogios e afirmações; 2) dúvidas; 3) confusão; 4) relatos e opiniões; e 5) discordâncias.

Como resultados preliminares, observa-se que o senso comum e os discursos pseudocientíficos ainda exercem influência expressiva no imaginário popular, revelando que o alcance da ampla alfabetização científica (Bueno, 2010) permanece um desafio contínuo no Brasil. Todavia, os dados indicam também que os divulgadores científicos vêm conseguindo se consolidar progressivamente como figuras de referência e autoridade no ambiente online. A utilização de formatos dinâmicos e de uma linguagem acessível facilita a construção de pontes com o público não especializado, estimulando a participação ativa da audiência e desmistificando o fazer científico. O ato de abrir mão do jaleco ou do cenário rígido cercado de livros humaniza o pesquisador, desconstruindo o estereótipo clássico do cientista distante sem, contudo, comprometer a credibilidade do conhecimento transmitido, influenciando e sendo uma autoridade do saber. Nota-se a presença expressiva de usuários empenhados na defesa do conhecimento rigoroso, atuando como multiplicadores do saber. Conclui-se que, embora a disputa com os conteúdos sensacionalistas seja desigual, a atuação estratégica de especialistas no *Instagram* se confirma como uma ferramenta indispensável para aproximar a ciência da sociedade e combater a desinformação.

Palavras-chave: Divulgação científica; Redes sociais; Influenciadores digitais; Desordem informacional; Análise de conteúdo.

REFERÊNCIAS

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1esp, p. 1-12, 2010. DOI: 10.5433/1981- 8920.2010v15n1esp1. Acesso em: 16 jul. 2026.

BACCHI, A. D. **Afinal, o que é ciência?: ... e o que não é**. São Paulo: Contexto, 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



BORTOLOTTI, Isadora; GABRIEL, Daniele; VENTURA, Luiza Silveira; ZUSE, Prislei Severo; CARVALHO, Luciana Menezes. Combate à desinformação mercadológica e do senso comum: atuação da divulgadora científica Mari Krüger no Instagram. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 48., 2025, Vitória. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2025. p. 1-15. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/23/07062025220059686b1c4baab45.pdf>. Acesso em: 3 set. 2026.

COSTA, Verônica Soares da. DE CIENTISTAS VISÍVEIS A INFLUENCIADORES DA CIÊNCIA: revisitando conceitos à luz da influência digital. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 33., 2024, Niterói. **Anais [...]**. Campinas: Galoá, 2024. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/de-cientistas-visiveis-a-influenciadores-da-ciencia-revisitando-conceitos-a-luz?lang=pt-br>. Acesso em: 3 set. 2026.

PILATI, Ronaldo. **Ciência e pseudociência**: por que acreditamos naquilo em que queremos acreditar. São Paulo: Contexto, 2022.

XAVIER, M. M. C.. **Quem influencia os influenciadores?**: A cadeia de influência e o mercado digital. 71 f. Dissertação (Mestrado em Mídia e Cotidiano) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2021.

WARDLE, C. **Entender a desordem informacional**. First Draft News, 2a. edição, 2020. Disponível em: <https://firstdraftnews.org>.